



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	ATA121 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I			
Dersin Kredisi (AKTS)	2			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Osmanlı İmparatorluğu, yapısal özellikleri ve yıkılma dönemi, Kurtuluş savaşı öncesi Türkiye, savaş yılları, yeni bir dönemin başlangıcı, siyasi yapı, sosyal yaşam, hukuk anlayışı, ekonomik yapı, kültürel eğitim anlayışı, bir dönemin sonu (1938) konuları			
Dersin İçeriği	19. yüzyılda Osmanlı Devleti'nin durumu; Birinci Dünya Savaşı öncesinde Avrupa'nın büyük devletlerinin durumu; Avrupalıların Türklerle ilgili politikaları, Şark Meselesi, Trablusgarp ve Balkan Savaşları; Birinci Dünya Savaşı, Osmanlı Devleti'nin Savaşa Girmesi, Milli Mücadele Dönemi			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Afetinan, A. (1977). Türkiye Cumhuriyeti ve Türk Devrimi: Ankara. İmparatorluktan Ulus Devlete Türk İnkılap Tarihi. (2007). Ed. Cemil Öztürk: Ankara. Türkiye Cumhuriyeti Tarihi – I ve II. (2000). Atatürk Araştırma Merkezi: Ankara.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	2	28
	Sınıf Dışı Ç.Süresi			
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	10	10
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):43</b>		<b>Toplam Saat/25 = 2</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. I. Dünya Savaşı'ndan önce Osmanlı İmparatorluğu ve Avrupa devletlerinin içinde buldukları koşulları açıklar.</li> <li>2. Türkiye ve Avrupa devletleri arasındaki ilişkileri tarif eder.</li> <li>3. I. Dünya Savaşı'nda Osmanlı İmparatorluğu'nun koşullarını ve konumunu açıklar.</li> <li>4. Mustafa Kemal Atatürk'le birlikte yeni bir dönemin başladığını ve kongrelerin bu sürecin hızlanmasındaki etkisini açıklar.</li> <li>5. Cumhuriyet'in kuruluşuyla birlikte gerçekleştirilen adli, sosyal, kültürel ve ekonomik hayatın çağdaştırılması yönündeki reformların önemini açıklar.</li> </ol>
---------------------------------	--

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Türk Devrimi	
	2	Batı Uygarlığının Yükselişi	
	3	Osmanlı Devleti'nin Kuruluş, Yükseliş, Gerileme Dönemi ve 19. Yüzyıl Yenileşme Hareketi	
	4	Tanzimat Dönemi ve I. Meşrutiyetin İlanı	
	5	II. Meşrutiyet Dönemi, Trablusgarp ve Balkan Savaşları	
	6	I. Dünya Savaşı	
	7	Ermeni Meselesi	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Mondros Ateşkes Antlaşması ve Sonrasındaki Gelişmeler	
	10	Milli Mücadelenin Başlaması Ve Kongreler Dönemi	
	11	I. Türkiye Büyük Millet Meclisi Dönemi (1920-1923)	
	12	Sevr Antlaşması ve Cephe Savaşları	
	13	Batı Cephesi Savaşları ve Mudanya Ateşkes Antlaşması	
	14	Lozan Barış Konferansı	
	15	Kurtuluş Savaşının Mali Kaynakları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1								3	1								
ÖÇ2								3	1								
ÖÇ3								3	1								
ÖÇ4								3	1								
ÖÇ5								3	1								

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Ahmet ÇETİNKAYA
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	ahmet@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	ATA121 ATATÜRK'S PRINCIPLES AND THE HIST. OF THE TURKISH REVOLUTION I			
Credit (ECTS)	2			
Semester	1			
Type of Course Unit	Compulsory			
Language of Instruction	Turkish			
Objectives of Course	Ottoman Empire, structural features and the period of collapse, Turkey before the War of Independence, the war years, the beginning of a new era, political structure, social life, understanding of law, economic structure, cultural education, the end of an era (1938) issues			
Course Content	19 <sup>th</sup> century, the situation of the Ottoman Empire; the situation of the great states of Europe before the First World War; the policies of Europeans about the Turks, the Eastern Question, Tripoli and Balkan Wars; the First World War, the Ottoman Empire's entry into the war, the National Struggle Period			
Prerequisites	-			
Resources	Afetinan, A. (1977). Türkiye Cumhuriyeti ve Türk Devrimi: Ankara. İmparatorluktan Ulus Devlete Türk İnkılap Tarihi. (2007). Ed. Cemil Öztürk: Ankara. Türkiye Cumhuriyeti Tarihi – I ve II. (2000). Atatürk Araştırma Merkezi: Ankara.			
Mode of Delivery	Face to face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	2	28
	Hours for off the c.r.stud			
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	10	10
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	5	5
<b>Total Work Load:43</b>		<b>Total Duration/25:4</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the conditions of the Ottoman Empire and European states before World War I.</li> <li>2. Describe the relations between Turkey and European states.</li> <li>3. Explain the conditions and position of the Ottoman Empire in World War I.</li> <li>4. Explain that a new era began with Mustafa Kemal Atatürk and the effect of the congresses on the acceleration of this process.</li> <li>5. Explain the importance of the reforms carried out with the establishment of the Republic in the direction of modernizing judicial, social, cultural and economic life.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Turkish Revolution	
	2	The Rise of Western Civilization	
	3	Establishment, Rise, Decline Period of the Ottoman Empire and the 19th Century Renovation Movement	
	4	Tanzimat Period and the Proclamation of the First Constitutional Monarchy	
	5	Constitutional Monarchy Period II, Tripoli and Balkan Wars	
	6	World War I	
	7	Armenian Question	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Mondros Armistice Treaty and Developments Afterwards	
	10	The Beginning of the National Struggle and the Congress Period	
	11	I. Turkish Grand National Assembly Period (1920-1923)	
	12	Treaty of Sèvres and Frontline Wars	
	13	Western Front Wars and Mudanya Armistice Treaty	
14	Lausanne Peace Conference		

	15	Financial Resources of the War of Independence	
	16	<b>Final Exam</b>	

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1								3	1								
ÖÇ2								3	1								
ÖÇ3								3	1								
ÖÇ4								3	1								
ÖÇ5								3	1								

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. Ahmet Çetinkaya
<b>Contact (e-mail)</b>	ahmet@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	COMM1005 İletişime Giriş			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, birinci sınıf öğrencilere iletişimin temel kavramlarını aktarmaktır. Ders kapsamında öğrencilerin iletişim ve medya çalışmalarının temel kavram, yaklaşım ve sorunsalları üzerine düşüncelerini sağlanması amaçlanmaktadır.			
Dersin İçeriği	Ders kapsamında medya ve iletişim çalışmalarına dair giriş niteliğinde tartışmaların yapılması amaçlanmaktadır. Öğrencilere kişilerarası iletişim, kültürlerarası iletişim, kitle iletişimi, iletişimde ikna, iletişim sorunları, dijital hikaye anlatıcılığı ve medya okuryazarlığı gibi konularda okumalar önerilecektir. Okumalar doğrultusunda medya ve iletişime dair güncel konular ulusal ve global boyutlarıyla tartışılacaktır. Ders boyunca öğrencilerin konuya dair eleştirel ve sorgulayıcı bakış açıları geliştirmeleri sağlanacaktır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Joseph A. DeVito, "Human Communication: The Basic Course". 14th edition. Pearson, 2018. Judy C. Pearson, Paul E. Nelson, Scott Titsworth, Lynn Harter, "Human Communication". 6th edition. 2017. McGraw Hill. Richard Campbell, Christopher R. Martin & Bettina Fabos (2014) "Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age", Boston & New York: Bedford/St. Martins.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%20	Alan Bilgisi	%80
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	15	3	45
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	10	5	50
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):100</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>İletişim kavramının temellerini tanımlar.</li> <li>Medya çalışmalarını açıklar.</li> <li>Medya ve iletişime dair uluslararası bakış açısı geliştirir.</li> <li>Dijital hikaye anlatıcılığı ile öğrendiklerini uygular.</li> <li>Medya ve iletişime dair eleştirel bakış açıları geliştirir.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	İletişim Nedir?	DeVito, Chapter 1: "Fundamentals of Human Communication"
	2	Benlik ve Algılama Kavramlarına Giriş	DeVito Chapter 3: Perception of Self and Others
	3	Kişilerarası İletişim	DeVito, Chapter 8, "Interpersonal Relationship Stages and Theories" & Pearson et al., Chapter 6: "Interpersonal Communication"
	4	Kültürlerarası İletişim-1	DeVito, Chapter 2: "Culture and Communication" & Pearson et al., Chapter 7: "Intercultural Communication"
	5	Kültürlerarası İletişim-2	
	6	İletişimde Uyuşmazlık	DeVito, Chapter 13, "Interpersonal, Group and Workplace Conflict"



7	Vize Öncesi Değerlendirme	
8	<b>ARA SINAV</b>	
9	Toplumsal Cinsiyet ve İletişim	Continue with DeVito, Chapter 2: “Culture and Communication” & Pearson et al., Chapter 7: “Intercultural Communication”
10	İletişimde İkna-1	Pearson et al., Chapter 15: “Persuasive Presentation” & DeVito, Chapter 18: “The Persuasive Speech”
11	İletişimde İkna-2	
12	Yeni Medya ve Kitle İletişimi	Chapter 1 “Mass Communication: A Critical Approach” from “Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age”
13	Medya Okuryazarlığı	• Chapter 14 “Media Effects and Cultural Approaches to Research” from “Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age”
14	Dijital Hikaye Anlatıcılığı-1	
15	Dijital Hikaye Anlatıcılığı-2	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	4	2	3	4	5	2	3	4	5	5	2	4	5	2	2	5
ÖÇ2	3	2	3	3	4	5	2	4	3	4	3	4	3	5	3	3	5
ÖÇ3	4	2	3	3	3	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4
ÖÇ4	3	4	3	3	4	5	3	4	4	5	4	2	4	5	3	3	5
ÖÇ5	4	4	5	4	4	3	3	3	3	5	5	4	5	5	5	4	4

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Alparslan Nas
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	alparslan.nas@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	COMM1005 Introduction to Communication			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	1			
<b>Type of Course Unit</b>	Required			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of this course is to introduce the basic concepts of communication to first year students. For this objective, this course aims to encourage students to think about the main notions, approaches and problems of media and communication studies.			
<b>Course Content</b>	In this course, students will be encouraged to take active part and discuss the issues of media and communication at contemporary times. Readings will be assigned to students on several subjects including interpersonal communication, intercultural communication, mass communication, persuasion in communication, problems in communication, digital storytelling and media literacy. The students will eventually develop a critical point of view towards the subject throughout the course.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Joseph A. DeVito, "Human Communication: The Basic Course". 14th edition. Pearson, 2018. Judy C. Pearson, Paul E. Nelson, Scott Titsworth, Lynn Harter, "Human Communication". 6th edition. 2017. McGraw Hill. Richard Campbell, Christopher R. Martin & Bettina Fabos (2014) "Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age", Boston & New York: Bedford/St. Martins.			
<b>Mode of Delivery</b>				
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 20	Field	% 80
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	15	3	45
	Hours for off the c.r.stud	10	5	50
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:100</b>		<b>Total Duration/25:4</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Define the basics of the concept of communication.</li> <li>2. Explain media studies.</li> <li>3. Develop an international perspective on media and communication.</li> <li>4. Apply what they have learned through digital storytelling.</li> <li>5. Develop critical perspectives on media and communication.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	What is Communication? The Basics	DeVito, Chapter 1: "Fundamentals of Human Communication"
	2	The Concepts of Self and Perception	DeVito Chapter 3: Perception of Self and Others
	3	Interpersonal Communication	DeVito, Chapter 8, "Interpersonal Relationship Stages and Theories" & Pearson et al., Chapter 6: "Interpersonal Communication"
	4	Intercultural Communication-1	DeVito, Chapter 2: "Culture and Communication" & Pearson et al., Chapter 7: "Intercultural Communication"
	5	Intercultural Communication-2	
	6	Conflict and Communication	DeVito, Chapter 13, "Interpersonal, Group and Workplace Conflict"
	7	Review Class Before Midterm Exams	
	8	<b>Midterm Exam</b>	
	9	Gender and Communication	Continue with DeVito, Chapter 2: "Culture and

			Communication” & Pearson et al., Chapter 7: “Intercultural Communication”
	10	Persuasion in Communication-1	Pearson et al., Chapter 15: “Persuasive Presentation” & DeVito, Chapter 18: “The Persuasive Speech”
	11	Persuasion in Communication-2	
	12	Mass Communication in New Media	Chapter 1 “Mass Communication: A Critical Approach” from “Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age”
	13	Media Literacy	Chapter 14 “Media Effects and Cultural Approaches to Research” from “Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age”
	14	Digital Storytelling Workshop-1	
	15	Digital Storytelling Workshop-2	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	4	2	3	4	5	2	3	4	5	5	2	4	5	2	2	5
ÖÇ2	3	2	3	3	4	5	2	4	3	4	3	4	3	5	3	3	5
ÖÇ3	4	2	3	3	3	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4
ÖÇ4	3	4	3	3	4	5	3	4	4	5	4	2	4	5	3	3	5
ÖÇ5	4	4	5	4	4	3	3	3	3	5	5	4	5	5	5	4	4

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Alparslan Nas
<b>Contact (e-mail)</b>	alparslan.nas@marmara.edu.tr

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU	
Dersin Kodu ve Adı	COMM1043 English for Media Studies I
Dersin Kredisi (AKTS)	3
Dersin Yarıyılı	1
Dersin Türü	Zorunlu
Dersin Öğretim Dili	İngilizce
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilerin medya çalışmalarının temel kavramlarını tam olarak anlamalarını ve tartışmalarını sağlayacak şekilde mesleki İngilizce dil bilgilerini ve becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.
Dersin İçeriği	Ders, günlük yaşamdan örnekler de dahil olmak üzere medyaya ilişkin akademik ve profesyonel tartışmaların farklı yönlerine odaklanmaktadır. Müfredat medya teorilerinin bir analizini içermektedir. Medyanın kısa açıklamalarıyla tanıtılması, küresel medyanın, kitle iletişim araçlarının, medya etiğinin ele alınmasına olanak sağlamaktadır. İnteraktif çalışmalarla yeni medya yenilikleri de tanıtılmaktadır ve tartışılmaktadır.
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.
Kaynaklar	<p>Alexander, L. (1968). <i>For and Against</i>. Singapore: Longman Singapore Publishers Pte Limited.</p> <p>Brohers, H. a. (2020, January 23). <i>Trash, Art, and The Movies</i>. Retrieved from <a href="https://harpers.org/">https://harpers.org/</a>: <a href="https://harpers.org/archive/1969/02/trash-art-and-the-movies/">https://harpers.org/archive/1969/02/trash-art-and-the-movies/</a></p> <p>Daytondailynews. (1970). <i>Does TV teach Violence?</i> Retrieved from <a href="http://www.daytondailynews.com">www.daytondailynews.com</a>: <a href="https://www.daytondailynews.com/">https://www.daytondailynews.com/</a></p> <p>Draper, A. (2022, October 10). <i>Why do we use Facebook?</i> Retrieved from <a href="https://www.business2community.com/social-media-articles/11-reasons-people-love-use-social-media-0812775">bussiness2community.com</a>: <a href="https://www.business2community.com/social-media-articles/11-reasons-people-love-use-social-media-0812775">https://www.business2community.com/social-media-articles/11-reasons-people-love-use-social-media-0812775</a></p> <p>Aydın, G. S., Muyan, M., &amp; Demir, A. (2013). The Investigation of Facebook usage purpose and shyness, loneliness. <i>Elsevier</i>(93), pp. 737-741.</p> <p>Murdoch, R. (2012, May 15). <i>Thank You &amp; Goodbye</i>. Retrieved from <a href="https://www.upi.com/Topnews/World%20News/2012/%20Rebakah-Brooks-faces-phone-hacking-charges/UPI-23471337065200">upi.com</a>: <a href="https://www.upi.com/Topnews/World%20News/2012/%20Rebakah-Brooks-faces-phone-hacking-charges/UPI-23471337065200">https://www.upi.com/Topnews/World%20News/2012/%20Rebakah-Brooks-faces-phone-hacking-charges/UPI-23471337065200</a></p> <p>Haines, S., &amp; May, P. (2012). <i>Pros and Cons of Mass Media</i> (Vol. 10). Oxford: Oxford University Press. Retrieved from <a href="http://buzzle.com/articles/pros-and-cons-of-mass-media.html">buzzle.com/articles/pros-and-cons-of-mass-media.html</a>.</p> <p>Bradbury, R. (1953). <i>The Golden Kite, and The Siver Wind</i>. Maryland: Epoch Associates.</p>

	<p>Wotykons, K. (2018). Drone Journalism: A Flight Plan for Curriculum Development. <i>Journalism and Mass Communications</i> (pp. 120-126). Singapore: Global Science and Technology Forum (GSTF).</p> <p>Yaylagül, L. (2022). <i>Kitle İletişim Kuramları</i>. Ankara: Dipnot Yayınları.</p> <p>Türkoğlu, N. (2007). <i>Toplumsal İletişim</i>. İstanbul: KALEMUS.</p> <p>Mattelart, A. v. (2020). <i>İletişim Kuramları Tarihi</i>. İstanbul: İletişim Yayınları.</p> <p>Yazgan, A., &amp; Özgen, E. (2017, 09 24). Şiddetin Görünmeyen Yüzü: Çocuk gelinler. <i>Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat araştırmaları Dergisi</i>, pp. 68-84.</p> <p>Leon, F. (1957). <i>A Theory of Cognitive Dissonance</i>. Stanford: Stanford University Press.</p> <p>Njordur, S. (2010). Orcehstra Audience Development and Aesthetics of "Customer Comfort". <i>Routledge Taylor &amp; Francis Group</i>(40), pp. 266-278.</p> <p>Yazgan, A. (2020). The Onsumption of Relations and Loneliness Amongst Adults. <i>İNSAN &amp;İNSAN</i>(Winter), pp. 52-67.</p> <p>Yazgan, A. (2021). End of GlobalizationWelcoming a New Era: "The Plague" a Novel by Albert camus Becomes Real. <i>International Anatolia Academic Online Journal</i>.</p>			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüz yüze			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	1	6	6
	Ödevler	2	4	8
	Sunum Seminer Hazırlama	14	1	14
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:			

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Medya çalışmalarının temel kavramları bilgisi tarihsel süreç içerisindeki gelişimini açıklar.</li> <li>2. Medya çalışmalarının temel kavramlarını tartışır.</li> <li>3. Medya ve kültür arasındaki ilişkiyi açıklar.</li> <li>4. Televizyon ve radyo yayıncılığına ilişkin teknik terimleri tanımlar.</li> <li>5. Profesyonel İngilizce metin yazar.</li> </ol>
--	---

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Müfredat Tanıtımı	
	2	Medya Çalışmalarına Giriş	
	3	Kitle İletişimi ve TV makaleleri üzerine çalışma	
	4	Kitle İletişimi ve Film Çalışmaları	
	5	Kitle İletişimi ve Sosyal Medya Araçları	
	6	Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı	
	7	Kitle Medya Enstrümanları	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Medyanın Tarihçesi	
	10	Kitle Medyası üzerine çalışmalar	
	11	Küresel Medya üzerine çalışmalar	
	12	Savaş ve Medya	
	13	Medya Etiği	
	14	Medya Okur Yazarlığı	
	15	Drone Teknolojisi	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	2	3	3	3	3	1	3	2	1	2	4	4	4	5	1	3
ÖÇ2	2	2	3	4	4	1	3	2	3	1	5	2	3	2	5	1	2
ÖÇ3	4	3	3	3	3	5	3	3	2	1	2	4	3	2	5	1	3
ÖÇ4	2	0	0	4	5	3	5	2	5	5	5	5	2	5	5	1	2
ÖÇ5	5	1	5	4	3	2	5	1	5	6	5	4	1	5	1	5	1

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof.Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. A. Müge Yazgan
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	muge@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION	
<b>Course Code and Title</b>	COMM1043 English for Media Studies I
<b>Credit (ECTS)</b>	3
<b>Semester</b>	1
<b>Type of Course Unit</b>	Mandatory
<b>Language of Instruction</b>	English
<b>Objectives of Course</b>	This course aims to develop Professional English language knowledge and skills so that students can fully understand and discuss the basic concepts of media studies.
<b>Course Content</b>	The course focuses on different aspects of academic and professional discussion of the media, including examples from everyday life. The curriculum includes an analysis of media theories. Introducing the media with short explanations allows the global media, mass media, and media ethics to be addressed. New media innovations are also introduced and discussed through interactive studies.
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.
<b>Resources</b>	<p>Alexander, L. (1968). For and Against. Singapore: Longman Singapore Publishers Pte Limited.</p> <p>Brohers, H. a. (2020, January 23). Trash, Art, and The Movies. Retrieved from <a href="https://harpers.org/">https://harpers.org/</a>: <a href="https://harpers.org/archive/1969/02/trash-art-and-the-movies/">https://harpers.org/archive/1969/02/trash-art-and-the-movies/</a></p> <p>Daytondailynews. (1970). Does TV teach Violence? Retrieved from <a href="http://www.daytondailynews.com">www.daytondailynews.com</a>: <a href="https://www.daytondailynews.com/">https://www.daytondailynews.com/</a></p> <p>Draper, A. (2022, October 10). Why do we use Facebook? Retrieved from <a href="http://bussiness2community.com">bussiness2community.com</a>: <a href="https://www.business2community.com/social-media-articles/11-reasons-people-love-use-social-media-0812775">https://www.business2community.com/social-media-articles/11-reasons-people-love-use-social-media-0812775</a></p> <p>Aydın, G. S., Muyan, M., &amp; Demir, A. (2013). The Investigation of Facebook usage purpose and shyness, loneliness. Elsevier(93), pp. 737-741.</p> <p>Murdoch, R. (2012, May 15). Thank You &amp; Goodbye. Retrieved from <a href="http://upi.com">upi.com</a>: <a href="https://www.upi.com/Topnews/World%20News/2012/%20Rebakah-Brooks-faces-phone-hacking-charges/UPI-23471337065200">https://www.upi.com/Topnews/World%20News/2012/%20Rebakah-Brooks-faces-phone-hacking-charges/UPI-23471337065200</a></p> <p>Haines, S., &amp; May, P. (2012). Pros and Cons of Mass Media (Vol. 10). Oxford: Oxford University Press. Retrieved from <a href="http://buzzle.com/articles/pros-and-cons-of-mass-media.html">buzzle.com/articles/pros-and-cons-of-mass-media.html</a>.</p> <p>Bradbury, R. (1953). The Golden Kite, and The Siver Wind. Maryland: Epoch Associates.</p>

	<p>Wotykons, K. (2018). Drone Journalism: A Flight Plan for Curriculum Development. Journalism and Mass Communications (pp. 120-126). Singapore: Global Science and Technology Forum (GSTF).</p> <p>Yaylagül, L. (2022). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot Yayınları.</p> <p>Türkoğlu, N. (2007). Toplumsal İletişim. İstanbul: KALEMUS.</p> <p>Mattelart, A. v. (2020). İletişim Kuramları Tarihi. İstanbul: İletişim Yayınları.</p> <p>Yazgan, A., &amp; Özgen, E. (2017, 09 24). Şiddetin Görünmeyen Yüzü: Çocuk gelinler. Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat araştırmaları Dergisi, pp. 68-84.</p> <p>Leon, F. (1957). A Theory of Cognitive Dissonance. Stanford: Stanford University Press.</p> <p>Njordur, S. (2010). Orchestra Audience Development and Aesthetics of "Customer Comfort". Routledge Taylor &amp; Francis Group(40), pp. 266-278.</p> <p>Yazgan, A. (2020). The Onsumption of Relations and Loneliness Amongst Adults. İNSAN &amp;İNSAN(Winter), pp. 52-67.</p> <p>Yazgan, A. (2021). End of GlobalizationWelcoming a New Era: "The Plague" a Novel by Albert camus Becomes Real. International Anatolia Academic Online Journal.</p>			
<b>Mode of Delivery</b>				
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	% 70
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	10 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	60 %	
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	

<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the development of the basic concepts of media studies in the historical process.</li> <li>2. Discuss the basic concepts of media studies.</li> <li>3. Explain the relationship between media and culture.</li> <li>4. Define technical terms related to television and radio broadcasting.</li> <li>5. Write texts in professional English.</li> </ol>

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Course Introduction	
	2	Introduction to media studies	
	3	Analysing Texts@ Mass Communication and TV	
	4	Analysing Texts@ Mass Communication and Movie Theatres	
	5	Analysing Texts@ Mass Communication and Social Media Tools	
	6	Theory "Uses and Gratification"	
	7	Analysing on ONE mass MEDIA INSTRUMENTS	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	The history of Media	
	10	Brief Study on Mass Media	
	11	Brief Study on Global Media	
	12	Analysing Texts@ War and Media	
	13	Media Ethics	
	14	Media Literacy	
	15	Analysing Texts@ Drone Technology	
	16	<b>Final Exam</b>	

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	3	2	3	3	3	3	1	3	2	1	2	4	4	4	5	1	3
<b>ÖÇ2</b>	2	2	3	4	4	1	3	2	3	1	5	2	3	2	5	1	2
<b>ÖÇ3</b>	4	3	3	3	3	5	3	3	2	1	2	4	3	2	5	1	3
<b>ÖÇ4</b>	2	0	0	4	5	3	5	2	5	5	5	5	2	5	5	1	2
<b>ÖÇ5</b>	5	1	5	4	3	2	5	1	5	6	5	4	1	5	1	5	1

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof.Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr

Lecturer of the Course	Doç. Dr. A. Müge Yazgan
Contact (e-mail)	muge@marmara.edu.tr



### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	EKON1001 Ekonomiye Giriş			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilere ekonomi biliminin temel kavramlarını ve prensiplerini tanıtmayı amaçlar. Öğrencilere mikro ve makroekonomik teorileri ve bunların günlük yaşamdaki uygulamalarını anlamaları için sağlam bir temel sağlar.			
Dersin İçeriği	Ekonomiye Giriş dersi, arz-talep analizi, pazar dengesi, tüketici ve üretici teorileri, piyasa yapıları gibi mikroekonomik konuların yanı sıra, milli gelir hesaplama, enflasyon, işsizlik, para ve maliye politikaları gibi makroekonomik konuları kapsar. Ayrıca, güncel ekonomik olaylar ve politikaların değerlendirilmesi de ders içeriğinde yer alır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Ünlüönen, Kurban, and Ahmet Tayfun. Ekonomiye Giriş. Nobel, 2012.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%80	Alan Bilgisi	%20
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama				

	Laboaratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekonomik olayları ve politikaları eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.</li> <li>2. Ekonomi biliminin temel prensiplerini tanımlar.</li> <li>3. Ekonomik politikaların etkilerini değerlendirir.</li> </ol>			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Ekonomiye Giriş ve Temel Kavramlar	
	2	Mikroekonomi	
	3	Piyasa Yapıları ve Fiyatlandırma	
	4	Makroekonomi	
	5	Para ve Maliye Politikaları	
	6	Uluslararası Ekonomi	
	7	Ekonomik Politikalar ve Uygulamalar	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Tüketici Teorisi ve Davranışı	
	10	Üretici Teorisi ve Kararlar	
	11	İstihdam ve İşsizlik	
	12	Enflasyon ve İşsizlik İlişkisi	
	13	Para ve Bankacılık Sistemi	
	14	Para Politikası	
	15	Güncel Ekonomik Olaylar ve Politikalar	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1						3			2			3	5				
ÖÇ2						3			3			2	5				
ÖÇ3						3			2			3	5				
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Zeynep Yelda KADIOĞLU
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	zykadioglu@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	EKON1001 Introduction to Economics			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	1			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	This course aims to introduce students to the basic concepts and principles of economics. It provides students with a solid foundation for understanding micro and macroeconomic theories and their applications in everyday life.			
<b>Course Content</b>	Introduction to Economics course covers microeconomic topics such as supply-demand analysis, market equilibrium, consumer and producer theories, market structures as well as macroeconomic topics such as national income calculation, inflation, unemployment, monetary and fiscal policies. In addition, the evaluation of current economic events and policies is also included in the course content.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Ünlüönen, Kurban, and Ahmet Tayfun. Ekonomiye giriş. Nobel, 2012.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 80	Field	% 20
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	3	42
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:91</b>		<b>Total Duration/25:4</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to: 1- Evaluates economic events and policies from a critical perspective. 2- Defines the basic principles of economics. 3- Evaluates the effects of economic policies.			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Economics and Basic Concepts	
	2	Microeconomics	
	3	Market Structures and Pricing	
	4	Macroeconomics	
	5	Monetary and Fiscal Policies	
	6	International Economics	
	7	Economic Policies and Practices	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Consumer Theory and Behavior	
	10	Producer Theory and Decisions	
	11	Employment and Unemployment	
	12	Inflation and Unemployment	
	13	Money and Banking System	
	14	Monetary Policy	
	15	Current Economic Events and Policies	
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	<b>P01</b>	<b>P02</b>	<b>P03</b>	<b>P04</b>	<b>P05</b>	<b>P06</b>	<b>P07</b>	<b>P08</b>	<b>P09</b>	<b>P10</b>	<b>P11</b>	<b>P12</b>	<b>P13</b>	<b>P14</b>	<b>P15</b>	<b>P16</b>	<b>P17</b>
<b>ÖÇ1</b>						3			2			3	5				
<b>ÖÇ2</b>						3			3			2	5				
<b>ÖÇ3</b>						3			2			3	5				
<b>ÖÇ4</b>																	
<b>ÖÇ5</b>																	

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**



ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes	
Course Coordination	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
Contact (e-mail)	cozgen@marmara.edu.tr
Lecturer of the Course	Assoc. Prof. Dr. Zeynep Yelda KADIOĞLU
Contact (e-mail)	zykadioglu@marmara.edu.tr



### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT1001 Toplumsal Cinsiyet Eşitliği			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Öğrencilerin Türkiye'deki ve dünyadaki toplumsal cinsiyet çalışmalarını takip etmelerine yardımcı olmakta ve öğrencilerin günlük sosyal yaşamlarındaki davranış kalıplarını toplumsal cinsiyet eşitliğini gözetten bir bakış açısıyla inceleme ve üretme becerilerini geliştirmektedir.			
Dersin İçeriği	Bu ders, toplumsal cinsiyet alanının temel konularını ve güncel sorunlarını, cinsiyete bağlı iktidar yapıları, sistemik şiddet ve bunların medyadaki temsillerini eşitlik ve ayrımcılık ilkelerini ele alarak incelemeye odaklanır.			
Dersin Ön Koşulları	Yok			
Kaynaklar	Fatmagül Berktaş – Tarihin Cinsiyeti (Metis, 2003) Maria Mies – Ataerki ve Birikim (Dipnot, 2012) Gülnur Acar Savran - Beden, Emek, Tarih (Dipnot, 2019) Deniz Kandiyoti - Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar (Metis, 2019) Serpil Sancar - Erkeklik imkansız İktidar (Metis, 2009)			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%

	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%80	Alan Bilgisi	%20
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramlarını tanımlar ve karşılaştırır.</li> <li>2. Toplumsal cinsiyetin bireylerin algıları ve davranışları üzerindeki sonuçlarını tartışır.</li> <li>3. Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık türlerini tanımlar.</li> <li>4. Medya söylemlerinin toplumsal cinsiyet algılarının oluşturulmasındaki rolünü açıklar.</li> <li>5. Kültürel metinleri ve medya söylemlerini eşitlikçi ve kapsamlı bir bakış açısıyla inceler.</li> </ol>			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Tanımlar, farklılıklar ve kesişimler: Biyolojik cinsiyet ve toplumsal cinsiyet	
	2	Toplumsal cinsiyet çalışmalarının tarihi	
	3	Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin kaynakları	
	4	Medya temsilleri ve toplumsal cinsiyet rolleri	
	5	Toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı gelişen hareketler	
	6	Dünyada kadın özgürlük hareketleri ve feminizm	
	7	Türkiye’de kadın özgürlük hareketi tarihi	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Medyada toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden üretilmesi ve alternatif sesler	
10	Doğa, sömürgeler ve kadın		

11	Kadının görünmeyen emeği	
12	Medyada emek ve sermaye yapısı	
13	Post-feminizm ve medyada modern kadın imajları	
14	Eleştirel erkeklik çalışmaları	
15	Medyada yer alan erkeklik temsilleri ve hegemonik erkeklik	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	1	1	0	3	0	2	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1
ÖÇ2	3	2	3	2	3	1	3	2	1	2	3	2	3	2	1	3	2
ÖÇ3	2	1	3	2	4	2	3	2	1	2	4	2	3	5	3	4	4
ÖÇ4	5	4	5	3	5	3	5	1	1	5	5	3	5	5	5	5	5
ÖÇ5	5	5	5	4	4	3	4	1	1	5	5	3	5	5	5	5	5

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	<b>Prof. Dr. Ebru Özgen</b>
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Aygün Şen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	aygun.sentelci@marmara.edu.tr



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT1001 Gender Equality			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	1			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	It helps students to follow gender studies in Turkey and the world and develops students' ability to examine and produce behavioural patterns in their daily social lives from a gender equality perspective.			
<b>Course Content</b>	This course focuses on analysing the main issues and current problems in the field of gender, gendered power structures, systemic violence and their representations in the media by addressing the principles of equality and discrimination.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	Fatmagül Berktaş – Tarihin Cinsiyeti (Metis, 2003) Maria Mies – Ataerki ve Birikim (Dipnot, 2012) Gülnur Acar Savran - Beden, Emek, Tarih (Dipnot, 2019) Deniz Kandiyoti - Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar (Metis, 2019) Serpil Sancar - Erkeklik imkansız İktidar (Metis, 2009)			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
	<b>Total</b>			<b>100 %</b>

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Define and compare the concepts of sex and gender.</li> <li>2. Discuss the consequences of gender on individuals' perceptions and behaviours.</li> <li>3. Define the types of discrimination based on gender.</li> <li>4. Explain the role of media discourses in the formation of gender perceptions.</li> <li>5. Analyses cultural texts and media discourses from an egalitarian and comprehensive perspective.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Definitions, differences and intersections: Biological sex and gender	
	2	The history of gender studies	
	3	The sources of gender inequality	
	4	Media representations and gender roles	
	5	Social movements against gender inequality	
	6	Women's liberation movements and feminism	
	7	History of the women's liberation movement in Turkey	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Reproduction of gender roles in the media and alternative voices	
	10	Nature, colonies and women	
	11	The invisible labour of women	
	12	Labour and capital structure through media	
	13	Post-feminism and images of modern women in the media	
	14	Critical studies of masculinity	
	15	Representations of masculinity in the media and hegemonic masculinity	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	1	1	0	3	0	2	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1
ÖÇ2	3	2	3	2	3	1	3	2	1	2	3	2	3	2	1	3	2
ÖÇ3	2	1	3	2	4	2	3	2	1	2	4	2	3	5	3	4	4
ÖÇ4	5	4	5	3	5	3	5	1	1	5	5	3	5	5	5	5	5
ÖÇ5	5	5	5	4	4	3	4	1	1	5	5	3	5	5	5	5	5
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru Özgen															
<b>Contact (e-mail)</b>		eozgen@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Assoc. Prof. Dr. Aygün Şen															
<b>Contact (e-mail)</b>		aygun.sentelci@marmara.edu.tr															



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HUK1073 Hukukun Temel Kavramları			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Hukukun Temel Kavramları dersi, öğrencilere hukukun temel ilkelerini ve kavramlarını tanıtarak hukuki düşünme becerilerini geliştirmeyi amaçlar. Bu ders, öğrencilere hukuki sorunları analiz etme ve çözüm üretme yetkinliği kazandırmayı hedefler.			
Dersin İçeriği	Bu ders, hukukun temel ilkeleri, hukuk sistemleri, hukuki kavramlar ve hukuk kaynakları hakkında kapsamlı bir bilgi sunar. Ayrıca, hukukun dalları, hak ve yükümlülükler, hukuki ilişkiler ve hukuki işlemler gibi temel konular üzerinde durulur.			
Dersin Ön Koşulları	Dersin önkoşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	Özkes, Muhammet. "Temel Hukuk Bilgisi." Yetkin Yayınları, Ankara (2010).			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%80	Alan Bilgisi	%20
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>			<b>Toplam Saat/25 = 3</b>	

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci: 1. Hukuki terminolojiyi doğru bir şekilde kullanır. 2. Farklı hukuk sistemleri arasındaki benzerlik ve farklılıkları değerlendirir. 3. Hukuki sorunlara çözüm önerileri geliştirir.
---------------------------------	---

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Hukukun Tanımı ve Önemi	
	2	Hukuk Sistemleri ve Kaynakları	
	3	Hukukun Dalları (Kamu Hukuku - Özel Hukuk)	
	4	Temel Hukuk Kavramları (Hak, Adalet, Hukuk Devleti)	
	5	Hukuki İşlemler ve Sözleşmeler	
	6	Hukuki Olaylar ve Fiiller	
	7	Hukuki Kişilik ve Kişilik Hakları	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Devlet ve Hukuk İlişkisi	
	10	İnsan Hakları ve Temel Özgürlükler	
	11	Anayasa Hukuku ve Anayasa Mahkemesi	
	12	İdare Hukuku ve İdari Yargı	
	13	Ceza Hukuku ve Suç Kavramı	
	14	Medeni Hukuk ve Aile Hukuku	
	15	Hukukun Geleceği ve Dijital Hukuk	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1			2							3				4	5	3	
ÖÇ2										3				4	5	3	
ÖÇ3										3				4	5	3	
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Prof. Dr. Artun AVCI
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	artun.avci@marmara.edu.tr





İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HUK1073 Fundamental Concepts of Law			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	1			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The course aims to develop students' legal thinking skills by introducing the basic principles and concepts of law. This course aims to provide students with the competence to analyze legal problems and produce solutions.			
<b>Course Content</b>	This course provides a comprehensive knowledge of the basic principles of law, legal systems, legal concepts and sources of law. In addition, basic topics such as branches of law, rights and obligations, legal relations and legal transactions are emphasized.			
<b>Prerequisites</b>	There are no prerequisites for this course.			
<b>Resources</b>	Özkes, Muhammet. "Temel Hukuk Bilgisi." Yetkin Yayınları, Ankara (2010).			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 80	Field	% 20
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:4</b>		

<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Use legal terminology correctly.</li> <li>2. Evaluate the similarities and differences between different legal systems.</li> <li>3. Develop solutions to legal problems.</li> </ol>
---------------------------------	---

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Definition and Importance of Law	
	2	Legal Systems and Sources	
	3	Branches of Law (Public Law - Private Law)	
	4	Basic Legal Concepts (Right, Justice, State of Law)	
	5	Legal Transactions and Contracts	
	6	Legal Events and Acts	
	7	Legal Personality and Personality Rights	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Definition and Importance of Law	
	10	Legal Systems and Sources	
	11	Branches of Law (Public Law - Private Law)	
	12	Basic Legal Concepts (Right, Justice, State of Law)	
	13	Legal Transactions and Contracts	
	14	Legal Events and Acts	
	15	Legal Personality and Personality Rights	
16	<b>Final Exam</b>		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1			2							3				4	5	3	
ÖÇ2										3				4	5	3	
ÖÇ3										3				4	5	3	
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Prof. Dr. Artun AVCI
<b>Contact (e-mail)</b>	artun.avci@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	SOC1027 Sociology (Sosyoloji)			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Sosyoloji dersinin amacı, öğrencilerin toplumsal yapıları, etkileşimleri ve kurumları kapsamlı bir şekilde anlamalarını sağlayarak, sosyal sorunları ve dinamikleri eleştirel bir şekilde analiz etmelerini sağlamaktır. Ayrıca, ders öğrencilerin araştırma becerilerini ve teorik bilgilerini geliştirerek onları sosyal bilimlerde ileri düzey çalışmalara veya kariyerlere hazırlamayı amaçlamaktadır.			
Dersin İçeriği	Ders, temel sosyolojik kavram ve teorileri, araştırma yöntemlerini, kültür, sosyalleşme, kimlik ve sosyal tabakalaşmayı kapsamaktadır. Ayrıca kurum ve kuruluşların rolü, sosyal değişim ve çağdaş sosyal konular da incelenmektedir.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Giddens, Anthony, and Simon Griffiths. Sociology. Polity, 2006.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%70	Alan Bilgisi	%30
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	







## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	SOC1027 Sociology			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	1			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of this sociology course is to provide students with a comprehensive understanding of societal structures, interactions, and institutions, enabling them to critically analyze social issues and dynamics. Additionally, the course seeks to develop students' research skills and theoretical knowledge, preparing them for advanced studies or careers in social sciences.			
<b>Course Content</b>	The course covers key sociological concepts and theories, research methods, culture, socialization, identity, and social stratification. It also examines the role of institutions and organizations, social change, and contemporary social issues.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Giddens, Anthony, and Simon Griffiths. Sociology. Polity, 2006.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 70	Field	% 30
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	3	42
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:89</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Develop critical thinking skills to analyze societal issues from a sociological perspective.</li> <li>2. Compare different sociological perspectives.</li> <li>3. Explain sociological phenomena from a theoretical perspective</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Sociology	
	2	Theoretical Perspectives in Sociology	
	3	Globalization & Glocalization	
	4	Research Methods in Sociology	
	5	Culture and Society	
	6	Socialization and Identity	
	7	Social Stratification	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Politics, Power, and Social Movements	
	10	Gender and Society	
	11	Race and Ethnicity	
	12	Family and Kinship	
	13	Education and Society	
	14	Work, Economy, and Society	
	15	Social Change and Social Movements	
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	<b>P01</b>	<b>P02</b>	<b>P03</b>	<b>P04</b>	<b>P05</b>	<b>P06</b>	<b>P07</b>	<b>P08</b>	<b>P09</b>	<b>P10</b>	<b>P11</b>	<b>P12</b>	<b>P13</b>	<b>P14</b>	<b>P15</b>	<b>P16</b>	<b>P17</b>
<b>ÖÇ1</b>	1		4		2	3				3			1	4	2	2	
<b>ÖÇ2</b>	1		3			3				3			1	4	2		
<b>ÖÇ3</b>	2		4			3				3				4			
<b>ÖÇ4</b>																	
<b>ÖÇ5</b>																	
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b>																	

<b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>	
<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Prof. Dr. Ali Murat YEL
<b>Contact (e-mail)</b>	alimuratyel@marmara.edu.tr





İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	SYS1001 Siyaset Bilimi			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Dersin amacı, öğrencilerin siyaset bilimine ilişkin temel kavram ve kuramları öğrenmesini sağlamaktır. Böylece öğrencilerin kitle iletişimi ile siyaset arasındaki bağlantıyı anlamaları için bir arka plan oluşturmak ve siyasal iletişim teorileri ve uygulamaları için bir temel inşa etmektir.			
Dersin İçeriği	Dersin içeriğini, siyaset ve siyasete ilişkin kavramsal çerçeve, rejimler, siyaset bilimi kuramları, ideolojiler ve iletişim oluşturmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	Heywood, A. (2013). Siyaset. Ankara: Adres Yayınları Heywood, A. (2020). Siyasi İdeolojiler. Ankara: Felix Yayınları Anık, C. (2016). Siyasal İkna. İstanbul Der Yayınları.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%50	Alan Bilgisi	%50
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50%	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Siyasete ilişkin kavram, model ve kuramları tanımlar.</li> <li>2. İç ve dış siyaseti yorumlar.</li> <li>3. Siyasal halkla ilişkiler için kamuoyunun ve çevrenin niteliğini tanımlar.</li> <li>4. Siyasal iletişim faaliyetleri tasarlar ve yürütür.</li> <li>5. İletişim danışmanı, iletişim uzmanı, siyasi danışman vb. çalışma alanları için uzmanlaşır.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Siyasete Giriş	
	2	Kavramlar, Teoriler ve Modeller	
	3	Siyasal Sistemler	
	4	İdeoloji ve Siyasi İdeolojiler I	
	5	İdeoloji ve Siyasi İdeolojiler I	
	6	Demokrasi Model ve Yaklaşımları	
	7	Devlet Teorisi	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Siyasi Temsil ve Seçimler	
	10	Partiler ve Parti Sistemleri	
	11	Hükümet Mekanizması	
	12	Meclisler, İktidarlar ve Bürokrasi	
	13	Siyaset ve Kültür	
	14	Siyasal İletişim	
	15	Siyasal İletişim ve Meşruiyet	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	5	2	2	2	5	2	2	2	3	3	2	4	1	2	4
ÖÇ2	1	2	5	2	2	3	5	3	2	3	4	4	2	4	1	3	5
ÖÇ3	4	4	5	4	5	3	5	3	2	5	4	4	2	5	1	4	5
ÖÇ4	4	5	5	3	5	4	5	4	3	4	4	4	2	5	1	4	5
ÖÇ5	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	2	5	1	4	5
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkanı)								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Doç. Dr. Ali Kerem İNGEÇ								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									kerem.ingec@marmara.edu.tr								



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	SYS1001 Political Science			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	1			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of the course is to ensure that students learn the basic concepts and theories of political science. Thus, it aims to create a background for students to understand the connection between mass communication and politics and to build a foundation for political communication theories and practices.			
<b>Course Content</b>	The content of the course consists of politics and its conceptual framework, regimes, political science theories, ideologies and communication..			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	Heywood, A. (2013). Siyaset. Ankara: Adres Yayınları Heywood, A. (2020). Siyasi İdeolojiler. Ankara: Felix Yayınları Anık, C. (2016). Siyasal İkna. İstanbul Der Yayınları.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	50%	Field	50%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:75</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Define the concepts, models and theories of politics.</li> <li>2. Interprets domestic and foreign politics.</li> <li>3. Define the nature of public opinion and environment for political public relations.</li> <li>4. Design and conduct political communication activities.</li> <li>5. Specialize for working areas such as communication consultant, communication specialist, political consultant etc.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Politics	
	2	Concepts, Theories and Models	
	3	Political Systems	
	4	Ideology and Political Ideologies I	
	5	Ideology and Political Ideologies I	
	6	Democracy Models and Approaches	
	7	State Theory	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Political Representation and Elections	
	10	Parties and Party Systems	
	11	Government Mechanism	
	12	Assemblies, Governments and Bureaucracy	
	13	Politics and Culture	
	14	Political Communication	
	15	Political Communication and Legitimacy	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	5	2	2	2	5	2	2	2	3	3	2	4	1	2	4
ÖÇ2	1	2	5	2	2	3	5	3	2	3	4	4	2	4	1	3	5
ÖÇ3	4	4	5	4	5	3	5	3	2	5	4	4	2	5	1	4	5
ÖÇ4	4	5	5	3	5	4	5	4	3	4	4	4	2	5	1	4	5
ÖÇ5	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	2	5	1	4	5
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru ÖZGEN (Head of Department of Public Relations and Publicity)															
<b>Contact (e-mail)</b>		eozgen@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Assoc. Prof. Dr. Ali Kerem İNGEÇ															
<b>Contact (e-mail)</b>		kerem.ingec@marmara.edu.tr															



Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	TRD121 Türk Dili I			
Dersin Kredisi (AKTS)	2			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Türk dilinin tarihsel gelişiminin yanı sıra Türkiye Türkçesinin dil özelliklerinin öğretilmesi.			
Dersin İçeriği	Türk dilinin tarihsel gelişimi ve Türkiye Türkçesi dil özellikleri.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Türk Dili Kitabı, Editör Gülden Sağol Yüksekaya, Duyap Yayıncılık, İstanbul 2006. Demir, Nurettin ve Emine Yılmaz, Türk Dili El Kitabı, Grafiker Yayıncılık, Ankara 2003. Yükseköğretim Kurulu, Yükseköğretim Öğrencileri İçin Türk Dili ve Kompozisyon Bilgileri. Ankara 1990.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%70	Alan Bilgisi	%30
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	2	28
	Sınıf Dışı Ç.Süresi			
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	10	10
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):43</b>		<b>Toplam Saat/25 = 2</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Türk dilinin tarihsel gelişimini açıklar.</li> <li>2. Türkiye Türkçesinin dil özelliklerini tanımlar.</li> <li>3. Anlatım türlerini karşılaştırır.</li> <li>4. Eleştirel düşünceyi yapıcı bir şekilde ifade eder.</li> <li>5. Sözlü ve yazılı iletişim becerisi kazanır.</li> </ol>
---------------------------------	---

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Dil ve dil bilgisi. Türkiye Türkçesi ve dil özellikleri.	
	2	Dilin kökeni; dil, düşünce ve kültür ilişkisi; dil-toplum ilişkisi.	
	3	Yapısal dil tipleri, yapısal dil sınıflandırması içinde Türk Dilinin yeri	
	4	Türk Dilinin tarihi gelişimi ve evreleri.	
	5	Türk Dilinin tarihi gelişimi ve evreleri, modern Türk lehçe ve ağızları	
	6	Yazım kuralları	
	7	Noktalama işaretleri	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Anlatım bozuklukları	
	10	Anlatım bozuklukları	
	11	Ses bilgisi	
	12	Şekil bilgisi: Kelime türleri	
	13	Şekil bilgisi: Yapım ekleri	
	14	Şekil bilgisi: Çekim ekleri	
	15	Söz dizimi	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1						4					2			1			
ÖÇ2						4					2			1			
ÖÇ3						4					2			1			
ÖÇ4						4					2			1			
ÖÇ5						5					2			1			

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Öğr.Gör. Nur Kadriye Tezel
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	nur.tezel@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	TRD121 Turkish Language I			
Credit (ECTS)	2			
Semester	1			
Type of Course Unit	Compulsory			
Language of Instruction	Turkish			
Objectives of Course	Teaching the historical development of the Turkish language as well as the language features of Turkey Turkish.			
Course Content	Historical development of Turkish language and language features of Turkey Turkish.			
Prerequisites	-			
Resources	Teaching the historical development of the Turkish language as well as the language features of Turkey Turkish.			
Mode of Delivery	Face to face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 70	Field	% 30
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
ECTS Allocated Based on Student Workload	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	2	28
	Hours for off the c.r.stud			
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	10	10
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	5	5
<b>Total Work Load:43</b>		<b>Total Duration/25:2</b>		
Course Learning Outcomes	After completing this course, the students should be able to:			

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the historical development of Turkish language.</li> <li>2. Explain the language features of Turkey Turkish.</li> <li>3. Distinguish the types of expression.</li> <li>4. Express critical thinking constructively and use initiative.</li> <li>5. Gain oral and written communication skills.</li> </ol>
--	---

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	Week	Topics	Study Materials
	1	Language and grammar. Turkey Turkish and language features.	
	2	The origin of language; language, thought and culture relationship; language-society relationship.	
	3	Structural language types, the place of Turkish language in structural language classification.	
	4	Historical development and phases of the Turkish language.	
	5	Historical development and phases of Turkish language, modern Turkish dialects and dialects	
	6	Spelling rules	
	7	Punctuation marks	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Expression disorders	
	10	Expression disorders	
	11	Phonetics	
	12	Shape information: Word types	
	13	Shape information: Construction affixes	
	14	Shape information: Inflectional suffixes	
	15	Syntax	
16	<b>Final Exam</b>		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1						4					2			1			
ÖÇ2						4					2			1			
ÖÇ3						4					2			1			
ÖÇ4						4					2			1			
ÖÇ5						5					2			1			

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Lecturer Nur Kadriye Tezel
<b>Contact (e-mail)</b>	nur.tezel@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	ILT1003 Girişimcilik ve İnovasyon			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Lisans			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Halkla İlişkiler disiplini ekseninde yaratıcı düşünme, inovasyon, yenilikçilik, stratejik iletişime dayalı girişimcilik yaklaşımlarının incelenmesi. Girişimcilik süreçleri, Türkiye, Avrupa ve dünyadan örneklerle yaratıcılık ve girişimcilik konusunun incelenerek analiz edilmesi.			
Dersin İçeriği	İletişim, Etkileşim, Girişimcilik ve İnovasyonun tarihsel süreçten günümüze kadar uzanan serüveninin incelenmesi. Konu ile ilgili kavramları, dünyadan ve Türkiye’den örneklerle irdelemek. İlişkisel boyutlarla stratejik planlama ve yaratıcı düşüncenin önemi. Dijital dönüşümle birlikte yenilik fikirleri, yaratıcılık ve girişimcilik yaklaşımları dersin içeriğini oluşturmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları				
Kaynaklar	Güncel Bir Yaklaşımla GİRİŞİMCİLİK, Gül Eser(ed.), 2.baskı,Ankara:Nobel Yayınları, 2022. Girişimcilik ve İnovasyon Araştırmaları Yeni trendler ve Dijital Dönüşüm, Zekeriya Mızırak, Bilal Mercan,Ali kahraman ve Fatih Kaleci(eds.), Konya:NEÜ Yayınları,2021. İnovasyon mu Dediniz? Esranur Kaygın, İstanbul: Sola Yayınları, 2018.			
Dersin Öğretim Şekli				
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%50	Alan Bilgisi	%50
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.İletişim, etkileşim, girişimcilik ve inovasyon kavramlarını açıklar.</li> <li>2. Girişimcilik ve inovasyonla ilgili temel kavramları, teorik ve pratik süreçleri tanımlar.</li> <li>3. Girişimcilik ve inovasyon süreçlerini ve çeşitlerini karşılaştırır.</li> <li>4. Dünyadan ve Türkiye’den konuyla ilgili çeşitli inovasyon, yaratıcılık ve girişimcilik örnekleri verir.</li> <li>5. Yenilikçilik, yaratıcılık ve girişimciliğin küreselleşme ve dijital çağda yeri ve önemini analiz eder.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Girişimcilik ve İnovasyonla ilgili Temel Kavramlara Giriş	
	2	Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve	
	3	Tarihsel Gelişim Bağlamında Girişimcilik ve İnovasyon Örnekleri	
	4	Yaratıcılık ve Yenilik Örnekleri	
	5	Sosyal Girişimcilik	
	6	Kadın Girişimciler ve Filiz Girişimler	
	7	Aile İşletmeleri ve İç Girişimcilik	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Girişimciliği Destekleyen Kuruluşlar	
	10	Girişimcilikte Finansal Kaynaklar	
	11	Dijital Dönüşüm ve Dijital Girişimcilik	
	12	Dijital Girişimcilik Fikirleri ve Dijital İnovasyon	
	13	Girişimcilik ve Evrensel Etik	
	14	Erasmus ve Değişim Projelerinin Yaratıcığa Etkileri ve İşbirlikleri	
	15	Dijital Beceriler ve Yeni Teknolojiler	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1		3	4		4			4	4								
ÖÇ2		3	4		4			4	4								
ÖÇ3		3	4		4			4	4								
ÖÇ4		3	4		4			4	4								
ÖÇ5		3	4		4			4	4								
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>								Prof. Dr. Ebru Özgen									
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>								eozgen@marmara.edu.tr									
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>								Prof. Dr. Emel Poyraz									
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>								emel.poyraz@marmara.edu.tr									



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	ILT1003 Entrepreneurship and Innovation			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	1			
<b>Type of Course Unit</b>	Lisans			
<b>Language of Instruction</b>	Türkisch			
<b>Objectives of Course</b>	Examination of entrepreneurship approaches based on creative thinking, innovation, innovativeness and strategic communication within the axis of the Public Relations discipline. Entrepreneurship processes, examining and analyzing the subject of creativity and entrepreneurship with examples from Turkey, Europe and the world.			
<b>Course Content</b>	Examining the adventure of Communication, Interaction, Entrepreneurship and Innovation from the historical process to the present. To examine the concepts related to the subject with examples from the world and Turkey. The importance of strategic planning and creative thinking with relational dimensions. Innovation ideas, creativity and entrepreneurship approaches along with digital transformation constitute the content of the course.			
<b>Prerequisites</b>				
<b>Resources</b>	Güncel Bir Yaklaşımla GİRİŞİMCİLİK, Gül Eser(ed.), 2.baskı,Ankara:Nobel Yayınları, 2022. Girişimcilik ve İnovasyon Araştırmaları Yeni trendler ve Dijital Dönüşüm, Zekeriya Mızırak, Bilal Mercan, Ali kahraman ve Fatih Kaleci(eds.), Konya:NEÜ Yayınları,2021. İnovasyon mu Dediniz? Esranur Kaygın, İstanbul: Sola Yayınları, 2018.			
<b>Mode of Delivery</b>				
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	10 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	60 %	
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>	

ECTS Allocated Based on Student Workload	Activities	Quantity	Duration	Total Work Load)
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		

Course Learning Outcomes	
	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the concepts of communication, interaction, entrepreneurship and innovation.</li> <li>2. Define the basic concepts, theoretical and practical processes related to entrepreneurship and innovation.</li> <li>3. Compare the processes and types of entrepreneurship and innovation.</li> <li>4. Give various examples of innovation, creativity and entrepreneurship from the world and Turkey.</li> <li>5. Analyze the place and importance of innovation, creativity and entrepreneurship in globalization and digital age.</li> </ol>

Weekly Detailed Course Contents	Week	Topics	Study Materials
	1	Introduction to Basic Concepts of Entrepreneurship and Innovation	
	2	Conceptual and Theoretical Framework	
	3	Entrepreneurship and Innovation Examples in the Context of Historical Development	
	4	Examples of Creativity and Innovation	
	5	Social Entrepreneurship	
	6	Women Entrepreneurs and Filiz Enterprises	
	7	Family Businesses and Intrapreneurship	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Organizations Supporting Entrepreneurship	
	10	Financial Resources in Entrepreneurship	
	11	Digital Transformation and Digital Entrepreneurship	
	12	Digital Entrepreneurship Ideas and Digital Innovation	
	13	Entrepreneurship and Universal Ethics	
	14	Effects of Erasmus and Exchange Projects on Creativity and Collaborations	
	15	Digital Skills and New Technologies	
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1		3	4		4			4	4								
ÖÇ2		3	4		4			4	4								
ÖÇ3		3	4		4			4	4								
ÖÇ4		3	4		4			4	4								
ÖÇ5		3	4		4			4	4								
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>					Prof. Dr. Ebru Özgen												
<b>Contact (e-mail)</b>					eozgen@marmara.edu.tr												
<b>Lecturer of the Course</b>					Prof. Dr. Emel Poyraz												
<b>Contact (e-mail)</b>					emel.poyraz@marmara.edu.tr												





### Ders Tanımlama Formu

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	ILT1005 Uygarlık Tarihi			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, uygarlık tarihinin temel kavramlarını, tekniklerini ve temellerini inceleyerek bu alanlardaki bilgi ve gelişmeleri artırmaktır. Ayrıca, çeşitli uygarlıkların modern dünyaya katkılarını anlamayı sağlamaktır.			
Dersin İçeriği	Uygarlık tarihine giriş; Antik uygarlıklar; Ortaçağ uygarlıkları; Rönesans ve Aydınlanma dönemleri; Sanayi Devrimi; Modern ve çağdaş uygarlıklar; Uygarlıkların kültürel ve teknolojik katkıları; Vaka çalışmaları ve projeler.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	Tarnas, R. (1991). Batı Zihninin Tutkusu. Ballantine Books. Wells, H. G. (1922). Dünyanın Kısa Tarihi. Penguin Books. Braudel, F. (1995). Uygarlıkların Tarihi. Penguin Books.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%40	Alan Bilgisi	60
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	40 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):77    Toplam Saat/25 = 3</b>			
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uygarlık tarihinin temel kavramlarını ve tekniklerini açıklar.</li> <li>2. Çeşitli uygarlıkların modern dünyaya katkılarını karşılaştırır.</li> <li>3. Tarihi olayların çağdaş toplum üzerindeki etkilerini analiz eder.</li> <li>4. Uygarlıkların tarihi ve kültürel gelişmeleri üzerine projeler hazırlar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Uygarlık tarihine giriş	
	2	Antik uygarlıklar	
	3	Ortaçağ uygarlıkları	
	4	Rönesans ve Aydınlanma dönemleri	
	5	Sanayi Devrimi	
	6	Modern ve çağdaş uygarlıklar	
	7	Antik Uygarlıkların kültürel ve teknolojik katkıları	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Antik uygarlıklar üzerine Analizler	
	10	Ortaçağ uygarlıkları üzerine Analizler	
	11	Rönesans üzerine Analizler	
	12	Modern Uygarlıkların Kültürel ve teknolojik katkıları	
	13	Modern ve çağdaş uygarlıkların kültürel analizi	
	14	Antropolojik analiz	
	15	Antropolojik analiz	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
ÖÇ1	3	2	3	3	3	3	1	2	1	2	4	4	4	5	1
ÖÇ2	2	0	0	4	4	1	3	3	1	5	0	3	2	5	1
ÖÇ3	4	3	3	3	3	5	3	2	1	2	4	3	2	5	1
ÖÇ4	2	0	0	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	1
ÖÇ5															

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Dr. Özgenur Reyhan KURTULDU
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	ozgenur.kurtuldu@marmara.edu.tr



Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	ILT1005 History of Civilization			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	1			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of this course is to examine the fundamental concepts, techniques, and foundations of civilization history to enhance knowledge and developments in these fields. Additionally, it aims to enable understanding of various civilizations' contributions to the modern world.			
<b>Course Content</b>	Introduction to the history of civilization; Ancient civilizations; Medieval civilizations; Renaissance and Enlightenment periods; Industrial Revolution; Modern and contemporary civilizations; Cultural and technological contributions of civilizations; Case studies and projects.			
<b>Prerequisites</b>	This course has no prerequisites.			
<b>Resources</b>	Tarnas, R. (1991). The Passion of the Western Mind. Ballantine Books. Wells, H. G. (1922). A Short History of the World. Penguin Books. Braudel, F. (1995). A History of Civilizations. Penguin Books.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 40	Field	% 60
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	40 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	60 %	
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>	

ECTS Allocated Based on Student Workload	Activities	Quantity	Duration	Total Work Load)
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
Course Learning Outcomes	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the basic concepts and techniques of the history of civilization.</li> <li>2. Compare the contributions of various civilizations to the modern world.</li> <li>3. Analyze the effects of historical events on contemporary society.</li> <li>4. Prepare projects on the historical and cultural developments of civilizations.</li> </ol>			

Weekly Detailed Course Contents	Week	Topics	Study Materials
	1	Introduction to the history of civilization	
	2	Ancient civilizations	
	3	Medieval civilizations	
	4	Renaissance and Enlightenment periods	
	5	Industrial Revolution	
	6	Modern and contemporary civilizations	
	7	Cultural and technological contributions of ancient civilizations	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Analysis of ancient civilizations	
	10	Analysis of medieval civilizations	
	11	Analysis of the Renaissance	
	12	Cultural and technological contributions of modern civilizations	
	13	Cultural analysis of modern and contemporary civilizations	
	14	Anthropological analysis	
15	Anthropological analysis		

	16	Final Exam	
--	----	------------	--

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
ÖÇ1	3	2	3	3	3	3	1	2	1	2	4	4	4	5	1
ÖÇ2	2	0	0	4	4	1	3	3	1	5	0	3	2	5	1
ÖÇ3	4	3	3	3	3	5	3	2	1	2	4	3	2	5	1
ÖÇ4	2	0	0	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	1
ÖÇ5															

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**

**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Dr. Özgenur Reyhan KURTULDU
<b>Contact (e-mail)</b>	ozgenur.kurtuldu@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	ILT 1007 Psikolojinin Temelleri			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	1			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Psikolojinin Temelleri dersi, öğrencilere psikolojinin temel kavramlarını, teorilerini ve araştırma yöntemlerini tanıtmayı amaçlar.			
Dersin İçeriği	Psikolojinin Temelleri dersi, psikolojinin geniş kapsamlı konularını kapsayan bir giriş niteliğindedir.			
Dersin Ön Koşulları	Bulunmamakta			
Kaynaklar	"Psikolojiye Giriş" - Dennis Coon, Psikoloji: Kavramlar ve İlkeler" - Richard Gross, Psikolojiye Giriş: İnsan ve Davranışı" - Robert Feldman, Psikolojinin Temelleri" - Eysenck, Michael W., Psikolojiye Giriş" - Nicky Hayes			
Dersin Öğretim Şekli	Yüzyüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Psikoloji biliminin temel teorileri karşılaştırır.</li> <li>2. Psikolojide kullanılan temel kavramları açıklar.</li> <li>3. Psikolojik bozuklukları tanımlar.</li> </ol>
---------------------------------	---

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Psikolojiye Giriş	2
	2	Psikolojinin Araştırma Yöntemleri	2
	3	Biyolojik Temeller	2
	4	Algı ve Duyum	2
	5	Öğrenme Kuramları	2
	6	Hafıza	2
	7	Bilişsel Süreçler	2
	8	<b>ARA SINAV</b>	2
	9	Gelişim Psikolojisi I: Erken Dönemler	2
	10	Gelişim Psikolojisi II: Orta ve Geç Dönemler	2
	11	Kişilik Psikolojisi	2
	12	Sosyal Psikoloji	2
	13	Psikolojik Bozukluklar I: Tanı ve Sınıflandırma	2
	14	Psikolojik Bozukluklar II: Tedavi Yöntemleri	2
	15	Ders Çalışma Haftası	2
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	3	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2					2							2	2			
ÖÇ2	2					2							2	2			
ÖÇ3	2					2							2	2			
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Merve Çerçi
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	merve.cerci@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	ILT 1007 Foundations of Psychology			
Credit (ECTS)	3			
Semester	1			
Type of Course Unit	Selective			
Language of Instruction	Turkish			
Objectives of Course	The Foundations of Psychology course aims to introduce students to the fundamental concepts, theories, and research methods of psychology.			
Course Content	The Fundamentals of Psychology course is an introduction to the broad topics of psychology.			
Prerequisites	None			
Resources	- "Psychology" by David G. Myers - "Introduction to Psychology" by James W. Kalat - "Discovering Psychology" by Don Hockenbury and Sandra E. Hockenbury - "Psychology: Themes and Variations" by Wayne Weiten - "Exploring Psychology" by David G. Myers and C. Nathan DeWall - "Introduction to Psychology" by Charles Stangor			
Mode of Delivery	Face to face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	100%	Field	%
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to: 1. Compare the basic theories of psychology. 2. Explain the basic concepts used in psychology. 3. Define psychological disorders.			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Psychology	
	2	Research Methods in Psychology	
	3	Biological Foundations	
	4	Sensation and Perception	
	5	Learning Theories	
	6	Memory	
	7	Cognitive Processes	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Developmental Psychology I: Early Stages	
	10	Developmental Psychology II: Later Stages	
	11	Personality Psychology	
	12	Social Psychology	
	13	Psychological Disorders I: Diagnosis and Classification	
	14	Psychological Disorders II: Treatment Methods	
	15	Study Week	
16	<b>Final Exam</b>		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2					2							2	2			
ÖÇ2	2					2							2	2			
ÖÇ3	2					2							2	2			
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Doç. Dr. Merve Çerçi
<b>Contact (e-mail)</b>	merve.cerci@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	ATA122 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II			
Dersin Kredisi (AKTS)	2			
Dersin Yarıyılı	2			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Osmanlı İmparatorluğu, yapısal özellikleri ve yıkılma dönemi, Kurtuluş savaşı öncesi Türkiye, savaş yılları, yeni bir dönemin başlangıcı, siyasi yapı, sosyal yaşam, hukuk anlayışı, ekonomik yapı, kültürel eğitim anlayışı, bir dönemin sonu (1938) konuları			
Dersin İçeriği	İnkıpların temel özellikleri ve Türk inkılabı; Türk inkılabını etkileyen akımlar; Türk İnkılabının hedefi: Demokratik Hukuk Devleti Türk ekonomisinin yeniden yapılanması, milli ekonomi ve küreselleşme; Laik Türk hukuk sisteminin kurulması			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Afetinan, A. (1977). Türkiye Cumhuriyeti ve Türk Devrimi: Ankara. İmparatorluktan Ulus Devlete Türk İnkılap Tarihi. (2007). Ed. Cemil Öztürk: Ankara. Türkiye Cumhuriyeti Tarihi – I ve II. (2000). Atatürk Araştırma Merkezi: Ankara.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	2	28
	Sınıf Dışı Ç.Süresi			
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	10	10
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):43</b>		<b>Toplam Saat/25 = 2</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Türk devrimlerinin niteliklerini açıklar.</li> <li>2. Türk devrimlerinin nheadefini tanımlar.</li> <li>3. Atatürk İlkelerini açıklar.</li> <li>4. Ulusçuluk, devletçilik, halkçılık, çağdaşlık ve devrimcilik prensiplerini tanımlar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Siyasal Devrimler	
	2	Devrimlere Karşı Oluşan Tepkiler ve Çok Partili Sisteme Geçiş Denemeleri	
	3	Eğitim ve Hukuk Devrimi	
	4	Kültür ve Sosyal Yaşam Alanındaki Devrimler	
	5	Ekonomi Alanındaki Çalışmalar	
	6	Atatürk Dönemi Türk Dış Politikası I	
	7	Atatürk Dönemi Türk Dış Politikası II	
	8	<b>Ara Sınav</b>	
	9	Atatürkçülüğün Tanımı ve Atatürk İlkeleri I	
	10	Atatürk İlkeleri Ii	
	11	Nutuk Analizi	
	12	Atatürk Sonrası İç ve Dış Politik Gelişmeler	
	13	Soğuk Savaş Dönemi I	
	14	Soğuk Savaş Dönemi Ii	
	15	Kıbrıs Sorunu	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1								3	1								
ÖÇ2								3	1								
ÖÇ3								3	1								
ÖÇ4								3	1								
ÖÇ5								3	1								
<p><b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek  ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı    P: Program Çıktısı</p>																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Doç.Dr. Malike Bileydi Koç								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									malike.koc@marmara.edu.tr								



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	ATA122 ATATÜRK'S PRINCIPLES AND THE HIST. OF THE TURKISH REVOLUTION II			
<b>Credit (ECTS)</b>	2			
<b>Semester</b>	2			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>				
<b>Course Content</b>				
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Afetinan, A. (1977). Türkiye Cumhuriyeti ve Türk Devrimi: Ankara. İmparatorluktan Ulus Devlete Türk İnkılap Tarihi. (2007). Ed. Cemil Öztürk: Ankara. Türkiye Cumhuriyeti Tarihi – I ve II. (2000). Atatürk Araştırma Merkezi: Ankara.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	2	28
	Hours for off the c.r.stud			
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	10	10
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	5	5
<b>Total Work Load:43</b>		<b>Total Duration/25:2</b>		

<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the qualities of Turkish revolutions.</li> <li>2. Define the goal of Turkish revolutions.</li> <li>3. Explain the principles of Atatürk.</li> <li>4. Define the principles of nationalism, statism, populism, modernity and revolutionism.</li> </ol>
---------------------------------	--

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	Week	Topics	Study Materials
	1	Political Revolutions	
	2	Reactions to Revolutions and Attempts to Transition to a Multi-Party System	
	3	Education and Legal Revolution	
	4	Revolutions in Culture and Social Life	
	5	Studies in the Field of Economy	
	6	Turkish Foreign Policy in Atatürk's Era I	
	7	Turkish Foreign Policy in the Atatürk Period II	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Definition of Kemalism and Atatürk's Principles I	
	10	Principles of Ataturk II	
	11	Nutuk Analysis	
	12	Domestic and Foreign Political Developments After Atatürk	
	13	Cold War Period I	
	14	Cold War Period II	
	15	Cyprus Problem	
16	<b>Final Exam</b>		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1								3	1								
ÖÇ2								3	1								
ÖÇ3								3	1								
ÖÇ4								3	1								
ÖÇ5								3	1								

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. Ahmet Çetinkaya
<b>Contact (e-mail)</b>	ahmet@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	BUS 1102 Business Administration			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	2			
Dersin Türü	Teorik			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Bu ders, Halkla İlişkiler Bölümü öğrencileri için tasarlanmış bir işletme yönetimine giriş dersidir. Bu dersin amacı, işletme alanında kullanılan temel kavramlara, işletme çevresine, planlama, organizasyon gibi yönetim fonksiyonlarına, iş etiği ve sosyal sorumluluk gibi kavramlara ilişkin halkla ilişkiler öğrencilerinin bilgi sahibi olmalarını sağlamak ve bu kavramları tanıtmaktır. Öğrenciler işletmenin nasıl işlediğine, nasıl yönetildiğine ve paydaşlarla etkileşimine dair içgörü kazanacaktır.			
Dersin İçeriği	Bu ders, işletmeye dair temel kavramları, işletme stratejilerini, organizasyon yapılarını, etik, sosyal sorumluluk, pazarlama, halkla ilişkiler, insan kaynakları yönetimi, işyerinde iletişim ve motivasyon gibi konuları içermektedir.			
Dersin Ön Koşulları	Dersin önkoşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	1.Pride, W., Hughes, R., Kapoor, J. (2013). <i>Foundations of Business</i> , 3 <sup>rd</sup> ed.,USA:Cengage Learning. 2. Ebert, R.J. and Griffin, R. W.(2017). <i>Business Essentials</i> , 11. Edition, USA: Prentice Hall. 3. Bovee, C.L., Thill, J.V. (2020). <i>Business in Action</i> , Global Edition, 9th Edition, USA: Prentice Hall.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2,5	35
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	1	1
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
<b>Toplam İş Yüğü (saat):79</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. İşletme stratejisi, pazarlama, liderlik, insan kaynakları yönetimi ve girişimcilik gibi işletme yönetimine ilişkin temel konuları açıklar.</li> <li>2. İşletme çevresindeki değişimleri analiz eder, işletmenin işleyişiyle etkileşimini ve halkla ilişkiler faaliyetlerini nasıl etkileyebileceğini tartışır.</li> <li>3. Etik, sosyal sorumluluk, kurum kültürü, sürdürülebilirlik, kurum içi iletişim gibi kavramları farklı iş durumları bağlamında tanımlar.</li> <li>4. İletişimin işletme yönetimindeki önemini kavrar.</li> <li>5. Halkla ilişkiler kampanyaları ve pazarlama karmasının iş faaliyetlerini nasıl yönlendirebileceğini açıklar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Derse Giriş	
	2	İşletme Çevresi	
	3	Temel Ekonomik Kavramlar	
	4	İş Etiği ve Sosyal Sorumluluk	
	5	Planlama	
	6	Planlama (Porter'ın 5 Güç Analizi)	
	7	Organizasyon Yapısı	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Yönetim ve Liderlik	
	10	Pazarlama I	
	11	Pazarlama II	
	12	İnsan Kaynakları Yönetimi	
	13	Çalışan Motivasyonu	
	14	İşyerinde İletişim	
	15	Konuların Bütüncül Olarak Gözden Geçirilmesi	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	5	1	4	4	1	1	5	3	5	2	5	3	1	1	0	0
ÖÇ2	3	5	5	5	5	1	4	5	3	5	4	5	4	1	3	2	0
ÖÇ3	3	5	5	2	3	1	3	5	4	5	2	5	5	1	3	3	0
ÖÇ4	5	3	5	0	4	1	0	5	1	5	2	5	4	1	2	4	0
ÖÇ5	2	5	4	3	5	1	0	5	1	5	1	5	3	1	1	4	0
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Doç. Dr. Gözde YILMAZ								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									Gozde.yilmaz@marmara.edu.tr								



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	BUS1102 Business Administration			
Credit (ECTS)	3			
Semester	2			
Type of Course Unit	Theoretical			
Language of Instruction	English			
Objectives of Course	This course is an introduction to business administration designed for Public Relations students. The aim of this course is to introduce the basic concepts used in the field of business administration, the business environment, management functions such as planning and organization, business ethics and social responsibility. Students will gain insight into how business operates, how it is managed and how it interacts with stakeholders.			
Course Content	This course covers the basic concepts of business, business strategies, organizational structures, ethics, social responsibility, marketing, public relations, human resource management, communication and motivation in the workplace.			
Prerequisites	Non			
Resources	1.Pride, W., Hughes, R., Kapoor, J. (2013). Foundations of Business, 3 <sup>rd</sup> ed.,USA:Cengage Learning. 2.Ebert, R.J. and Griffin, R.W.(2017). Business Essentials, 11. Edition, USA: Prentice Hall. 3.Bovee, C.L., Thill, J.V. (2020). Business in Action, Global Edition, 9th Edition, USA: Prentice Hall.			
Mode of Delivery	Face to face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	% 70
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment	0		
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2,5	35
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	1	1
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	1	1
	<b>Total Work Load:79</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the basic issues related to business management such as business strategy, marketing, leadership, human resource management and entrepreneurship.</li> <li>2. Analyze changes in the business environment, discuss how they interact with business operations and how they may affect public relations activities.</li> <li>3. Define concepts such as ethics, social responsibility, corporate culture, sustainability, internal communication in the context of different business situations.</li> <li>4. Understands the importance of communication in business management.</li> <li>5. Explain how public relations campaigns and marketing mix can direct business activities.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction	
	2	Business Environment	
	3	Basic Economical Concepts	
	4	Business Ethics and Social Responsibility	
	5	Planning	
	6	Planning	
	7	Organizational Structure	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Leading and Leadership	
	10	Marketing I	
	11	Marketing II	
	12	Human Resource Management	
	13	Employee Motivation	
	14	Communication in Organizations	
	15	Review	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	5	1	5	4	1	1	5	3	5	2	5	3	1	1	0	0
ÖÇ2	3	5	5	5	5	1	4	5	3	5	4	5	4	1	3	2	0
ÖÇ3	3	5	5	5	3	1	3	5	4	5	2	5	5	1	3	3	0
ÖÇ4	5	3	5	5	4	1	0	5	1	5	2	5	4	1	2	4	0
ÖÇ5	2	5	4	5	5	1	0	5	1	5	1	5	3	1	1	4	0
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN								
<b>Contact (e-mail)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Lecturer of the Course</b>									Assoc. Prof. Dr. Gözde YILMAZ								
<b>Contact (e-mail)</b>									Gozde.yilmaz @marmara.edu.tr								



### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	COMM1044 English for Media Studies II			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	2			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilerin medya çalışmalarının temel kavramlarını tam olarak anlamalarını ve tartışmalarını sağlayacak şekilde mesleki dil bilgilerini ve becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.			
Dersin İçeriği	Bu ders medya çalışmaları alanında bilgiyi geliştirmek için gerekli olan entegre iletişim, okuma ve yazma becerilerine odaklanmaktadır. Bu nedenle müfredat, dijital çağın teorilerini analiz etmek ve konularla ilgili farklı makalelerden örnekler vermekten oluşmaktadır. Makaleler üzerinde çalışırken aynı zamanda interaktif çalışma şansı olarak hakemlik de yapılmaktadır. WEB sayfası metin yazma yöntemlerinin araştırılması, sosyal medya sayfalarının hazırlanmasına yönelik destekleyici stratejik fikirlerin üretilmesi ve geliştirilmesi bu dersin temel amaçlarını oluşturmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu 1. Dönemi bitirmiş olmaktır.			
Kaynaklar	Alexander, L. (1968). For and Against. Singapore: Longman Singapore Publishers Pte Limited. Brohers, H. a. (2020, January 23). Trash, Art, and The Movies. <a href="https://harpers.org/">https://harpers.org/</a> : <a href="https://harpers.org/archive/1969/02/trash-art-and-the-movies/">https://harpers.org/archive/1969/02/trash-art-and-the-movies/</a> adresinden alındı Daytondailynews. (1970). Does TV teach Violence? <a href="http://www.daytondailynews.com">www.daytondailynews.com</a> : <a href="https://www.daytondailynews.com/">https://www.daytondailynews.com/</a> adresinden alındı			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	





	<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof.Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. A. Müge Yazgan
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	muge@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	COMM1044 English for Media Studies II			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	2			
<b>Type of Course Unit</b>	Common Mandatory			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	This course aims to develop professional language knowledge and skills so that students can fully understand and discuss the basic concepts of media studies.			
<b>Course Content</b>	This course focuses on integrated communication, reading and writing skills necessary to develop knowledge in the field of media studies. Therefore, the curriculum consists of analyzing the theories of the digital age and giving examples from different articles on the topics. While working on the articles, refereeing is also done as a chance to work interactively. Researching the methods of writing web pages, producing and developing supportive strategic ideas for the preparation of social media pages constitute the main objectives of this course.			
<b>Prerequisites</b>	The prerequisite for this course is to have completed the 1st semester.			
<b>Resources</b>	Alexander, L. (1968). For and Against. Singapore: Longman Singapore Publishers Pte Limited. Brohers, H. a. (2020, January 23). Trash, Art, and The Movies. <a href="https://harpers.org/">https://harpers.org/</a> : <a href="https://harpers.org/archive/1969/02/trash-art-and-the-movies/">https://harpers.org/archive/1969/02/trash-art-and-the-movies/</a> adresinden alındı Daytondailynews. (1970). Does TV teach Violence? <a href="http://www.daytondailynews.com">www.daytondailynews.com</a> : <a href="https://www.daytondailynews.com/">https://www.daytondailynews.com/</a> adresinden alındı			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	% 70
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	10 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	60 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to: 1. Read and analyze media texts in English. 2. Obtain online English resources related to his/her field. 3. Compare the news languages of foreign media organizations.			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Curriculum Introduction	
	2	What is plagiarism?	
	3	Quoting, paraphrasing, summarizing Cover page and bibliography	
	4	Magic Bullet Theory	
	5	Article analysis	
	6	Balance and Harmony Theory	
	7	Article analysis	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Cognitive Contradiction Theory	
	10	Article analysis	
	11	Article analysis	
	12	WEB copywriting	
	13	Interactive comparison classwork	
	14	Strategic Approach to Social Media	
	15	Interactive comparison classwork	
	16	<b>Final Exam</b>	

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	2	3	3	3	3	1	3	2	1	2	4	4	4	5	1	3
ÖÇ2	2	2	3	4	4	1	3	2	3	1	5	2	3	2	5	1	2
ÖÇ3	4	3	3	3	3	5	3	3	2	1	2	4	3	2	5	1	3
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof.Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Doç. Dr. A. Müge Yazgan
<b>Contact (e-mail)</b>	muge@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT1002 Kişilerarası İletişim			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	2			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Kişilerarası iletişimin ilişkili olduğu temel kavramlar, teoriler ve araştırma bulguları incelenecek ve kişilerarası ilişkilerin başlatılmasında, geliştirilmesinde ve sürdürülmesinde (veya sonlandırılmasında) oynadığı rol ele alınacaktır.			
Dersin İçeriği	Kişilerarası İletişim dersinin içeriği, etkili kişilerarası iletişim davranışları ve becerilerini anlamayı ve uygulamayı artırmak için tasarlanmıştır. Dönem boyunca, çeşitli kişilerarası bağlamlarda bireyler arasındaki iletişim sürecini etkileyen temel sözlü ve sözsüz iletişim kavramları incelenecektir. Bu kapsamda ele alınacak konular arasında; kişilerarası iletişim süreci ve unsurları, kişilerarası iletişimin toplumsal bağlamı, ilgili kuramsal yaklaşımlar ve teoriler, kişilerarası ilişkilerde sözlü, sözsüz ve yazılı İletişim, duygular ve duyguların ifade, algı, kültürlerarasılık, kişilerarası ilişkilerde çatışma, stres ve gücü yönetme, aile üyeleri ve iş yerinde kişilerarası iletişim konuları yer almaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rüçhan Gökdağ, Kişilerarası İletişim, Sınırsız Kitap, 2017.</li><li>- Peter Hartley, Kişilerarası İletişim, Çev. Burcu Şimşek, İmge Kitapevi, 2004</li><li>- Demet Gürüz, Ayşe Temel Eğinli, Kişilerarası İletişim: Bilgiler-Etkiler-Engeller, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015</li><li>- David Matsumoto, Mark G. Frank, Hyi Sung Hwang, Sözsüz İletişim-Bilim ve Uygulamaları, Nobel Akademik Yayıncılık, 2020.</li><li>- Ersin Altıntaş, Devrim Çamur, Beden Dili ve Sözsüz İletişim, Mentis Yayınları, 2013.</li><li>- Müjde Ker Dinçer, İletişimin Kalbi Sözsüz İletişim Becerileri, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015.</li><li>- Julia T. Wood, Interpersonal Communication: Everyday Encounters, Sixth Edition, Wadsworth, 2010.</li><li>- Anne Hill, James Watson, Danny Rivers, Mark Joyce, Key Themes in Interpersonal Communication: Culture, Identities and Performance, McGraw-Hill Open University Press, 2007.</li></ul>			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
Değerlendirme Sistemi	Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı %	
	Ara Sınav	1	50 %	

	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	3	42
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	7	7
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	9	9
<b>Toplam İş Yüğü (saat):100    Toplam Saat/25 = 4</b>				
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Başarılı kişiler arası etkileşimlerde sözlü, sözsüz ve yazılı iletişimin önemini açıklar.</li> <li>2- Savunmacı ve destekleyici iletişim ortamlarını analiz eder.</li> <li>3- Kişilerarası İlişkilerin doğasını, gelişimini ve kalitesini belirlemede iletişimin oynadığı rolü açıklar.</li> <li>4- Kişilerarası iletişimde çatışma ve çatışma yönetimi ilkelerini uygular.</li> <li>5- Diğer kültürlerden ve ortak kültürlerden kişilerle iletişiminde yeterlilik kazanır.</li> </ol>			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Kişilerarası İletişim Kavramı, Süreci ve Unsurları	
	2	Kişilerarası İletişimin Toplumsal Bağlamı	
	3	Kişilerarası İlişkilerle İlgili Kuramsal Yaklaşımlar	
	4	Kişilerarası İletişim Teorileri	
	5	Kişilerarası İletişim Fonksiyonları ve Varsayımları	
	6	Kişilerarası İlişkilerde Sözlü İletişim	
	7	Kişilerarası İlişkilerde Sözsüz İletişim	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Kişilerarası İlişkilerde Yazılı İletişim	
	10	Kişilerarası iletişimde Duygular ve Duyguların İfade	
	11	Kişilerarası İletişimde Algı	
	12	Kişilerarası İletişim Bağlamında Kültürlerarasılık	
13	Kişilerarası İletişim ve Sosyal Medya		

	14	Kişilerarası İletişimde Çatışma, Stres ve Gücü Yönetme	
	15	Ailede ve İşyerinde Kişilerarası İletişim	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	5	5	2	2	5	4	5	4	4	4	5	4	5	2	3	5
ÖÇ2	3	4	5	2	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5	3	5	4
ÖÇ3	3	4	5	2	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	4
ÖÇ4	3	3	5	2	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	3	5	4
ÖÇ5	4	4	5	2	2	5	4	4	3	3	4	4	5	5	2	4	4

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	cozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Dr.Öğr.Üyesi Emel Yılmaz
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	emelyilmaz@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT1002 Interpersonal Communication			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	2			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The basic concepts, theories and research findings related to interpersonal communication will be examined and its role in initiating, developing and maintaining (or terminating) interpersonal relationships will be discussed.			
<b>Course Content</b>	The content of the Interpersonal Communication course is designed to increase the understanding and application of effective interpersonal communication behaviors and skills. Throughout the semester, basic verbal and non-verbal communication concepts that affect the communication process between individuals in various interpersonal contexts will be studied. The topics to be covered in this context are interpersonal communication process and its elements, social context of interpersonal communication, related theoretical approaches and theories, verbal, non-verbal and written communication in interpersonal relationships, expression of emotions and feelings, perception, interculturality, conflict in interpersonal relationships, stress and power management, family members and interpersonal communication at work topics.			
<b>Prerequisites</b>	There are no prerequisites for this course			
<b>Resources</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rüşhan Gökdağ, Kişilerarası İletişim, Sınırsız Kitap, 2017.</li> <li>- Peter Hartley, Kişilerarası İletişim, Çev. Burcu Şimşek, İmge Kitapevi, 2004</li> <li>- Demet Gürüz, Ayşe Temel Eğinli, Kişilerarası İletişim: Bilgiler-Etkiler-Engeller, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015</li> <li>- David Matsumoto, Mark G. Frank, Hyi Sung Hwang, Sözsüz İletişim-Bilim ve Uygulamaları, Nobel Akademik Yayıncılık, 2020.</li> <li>- Ersin Altıntaş, Devrim Çamur, Beden Dili ve Sözsüz İletişim, Mentis Yayınları, 2013.</li> <li>- Müjde Ker Dinçer, İletişimin Kalbi Sözsüz İletişim Becerileri, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015.</li> <li>- Julia T. Wood, Interpersonal Communication: Everyday Encounters, Sixth Edition, Wadsworth, 2010.</li> <li>- Anne Hill, James Watson, Danny Rivers, Mark Joyce, Key Themes in Interpersonal Communication: Culture, Identities and Performance, McGraw-Hill Open University Press, 2007.</li> </ul>			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	% 70



<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	3	42
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	7	7
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	9	9
<b>Total Work Load:100</b>		<b>Total Duration/25:4</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Define the importance of verbal, non-verbal and written communication in successful interpersonal interactions.</li> <li>2- Analyze defensive and supportive communication environments.</li> <li>3- Explain the role of communication in determining the nature, development and quality of interpersonal relationships.</li> <li>4- Apply the principles of conflict and conflict management in interpersonal communication.</li> <li>5- Gain competence in communication with people from other cultures and common cultures.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	The Concept, Process and Elements of Interpersonal Communication	
	2	Social Context of Interpersonal Communication	
	3	Theoretical Approaches Related to Interpersonal Relations	
	4	Interpersonal Communication Theories	
	5	Interpersonal Communication Functions and Assumptions	
	6	Verbal Communication in Interpersonal Relationships	
	7	Nonverbal Communication in Interpersonal Relationships	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Written Communication in Interpersonal Relations	
	10	Expressing Emotions and Emotions in Interpersonal Communication	
	11	Perception in Interpersonal Communication	
12	Interculturality in the Context of Interpersonal Communication		

	13	Interpersonal Communication and Social Media															
	14	Managing Conflict, Stress and Power in Interpersonal Communication															
	15	Interpersonal Communication in Family and Workplace															
	16	<b>Final Exam</b>															
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>																	
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	5	5	2	2	5	4	5	4	4	4	5	4	5	2	3	5
ÖÇ2	3	4	5	2	3	5	5	5	4	4	3	5	5	5	3	5	4
ÖÇ3	3	4	5	2	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	4
ÖÇ4	3	3	5	2	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	3	5	4
ÖÇ5	4	4	5	2	2	5	4	4	3	3	4	4	5	5	2	4	4
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru Özgen															
<b>Contact (e-mail)</b>		eozgen@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Asst Prof Dr. Emel Yılmaz															
<b>Contact (e-mail)</b>		emelyilmaz@marmara.edu.tr															



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	HIT1004 Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	4			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	2			
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe			
<b>Dersin Amacı</b>	Halkla İlişkiler alanında temel kavramlara alt yapı oluşturmak. Halkla ilişkilerin iletişim alanındaki gücünü anlatarak halkla ilişkiler araç ve yöntemleri konusunda gerekli bilgilendirmeleri yapmak.			
<b>Dersin İçeriği</b>	Halkla ilişkiler disiplini ile ilgili temel bilgileri vererek hedef kitleyi tanımanın önemi ve diğer disiplinlerle farkını ortaya koymak. Etik ve sosyal			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
<b>Kaynaklar</b>	Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler Prof. Dr. Alaeddin Asna Halkla İlişkiler İdeali Prof. Dr. Ebru Özgen Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Prof. Dr. Ebru Özgen Kamu Kurumlarında Halkla İlişkiler Prof. Dr. Metin Kazancı			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüzyüze			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%10	Alan Bilgisi	%90
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	12	12
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):90</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Halkla ilişkilere dair temel kavramları tanımlar.</li> <li>2. Halkla ilişkiler araç ve yöntemlerini kullanır.</li> <li>3. Halkla ilişkiler ilkelerini açıklar.</li> <li>4. Kurum kimliğinin unsurlarını sıralar.</li> <li>5. Halkla ilişkiler sürecini yürütür.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Halkla İlişkilerin Kavramsal Çerçevesi	
	2	Dünyada Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi	
	3	Türkiye’de Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi	
	4	Uluslararası Ölçekte Halkla İlişkiler Tanımlamaları	
	5	Benzer Kavramlarla İlişkisi	
	6	Benzer Kavramlarla Farkları	
	7	Halkla İlişkiler Modelleri	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Kurumsal Sosyal Sorumluluk	
	10	Halkla İlişkiler ile Etik İle İlişkisi	
	11	Halkla İlişkiler Süreci	
	12	Halkla İlişkiler Araç ve Yöntemleri	
	13	Halkla İlişkiler İlkeleri	
	14	Kurumsal İletişime İlişkin Kavramlar	
	15	Kurum Kimliği, İmajı ve Kültürü	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	5	4	2	4	2	2	3	2	2	4	4	3	4	5	3	4	3
ÖÇ2	5	5	2	3	2	2	4	2	2	4	4	3	4	5	4	4	4
ÖÇ3	5	5	2	5	2	2	4	2	2	4	4	3	4	5	4	4	4
ÖÇ4	5	5	2	5	2	2	4	2	2	4	4	3	4	5	4	4	4
ÖÇ5	5	5	2	5	2	2	4	2	2	4	4	3	4	5	4	4	4
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>							Prof. Dr. Ebru Özgen										
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>							cozgen@marmara.edu.tr										
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>							Prof. Dr. Ebru Özgen										
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>							cozgen@marmara.edu.tr										



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kredisi (AKTS)	HIT1004 Basic Concepts in Public Relations			
Dersin Yarıyılı	4			
Dersin Türü	Compulsory			
Dersin Öğretim Dili	Turkish			
Dersin Amacı	To create an infrastructure for basic concepts in the field of Public Relations. To provide necessary information about public relations tools and methods by explaining the power of public relations in the field of communication.			
Dersin İçeriği	To reveal the importance of knowing the target audience and its difference from other disciplines by giving basic information about the discipline of public relations. Emphasizing ethical and social values.			
Dersin Ön Koşulları	There are no prerequisites for this course.			
Kaynaklar	Public Relations in Theory and Practice Prof. Dr. Alaeddin Asna Public Relations Ideal Prof. Dr. Ebru Özgen Corporate Social Responsibility Projects Prof. Dr. Ebru Özgen Public Relations in Public Institutions Prof. Dr. Metin Kazancı			
Dersin Öğretim Şekli				
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%10	Alan Bilgisi	%90
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	12	12
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):90</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>The student who completes this course:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Defines the basic concepts of public relations.</li> <li>2. Uses public relations tools and methods.</li> <li>3. Explains the principles of public relations.</li> <li>4. Lists the elements of corporate identity.</li> <li>5. Carries out the public relations process.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Conceptual Framework of Public Relations	
	2	Historical Development of Public Relations in the World	
	3	Historical Development of Public Relations in Turkey	
	4	Definitions of Public Relations on an International Scale	
	5	Relationship with Similar Concepts	
	6	Differences with Similar Concepts	
	7	Public Relations Models	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Corporate Social Responsible	
	10	Relationship between Public Relations and Ethics	
	11	Public Relations Tools and Methods	
	12	Public Relations Principles	
	13	Concepts Related to Corporate Communication	
	14	Corporate Identity, Image and Culture	
	15	Public Relations Process	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	5	4	2	4	2	2	3	2	2	4	4	3	4	5	3	4	3
ÖÇ2	5	5	2	3	2	2	4	2	2	4	4	3	4	5	4	4	4
ÖÇ3	5	5	2	5	2	2	4	2	2	4	4	3	4	5	4	4	4
ÖÇ4	5	5	2	5	2	2	4	2	2	4	4	3	4	5	4	4	4
ÖÇ5	5	5	2	5	2	2	4	2	2	4	4	3	4	5	4	4	4
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru Özgen								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Prof. Dr. Ebru Özgen								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								





## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT1006 Medya Tarihi ve İletişim Çalışmaları			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	2			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	İletişim ve medya tarihi konusunda temel oluşturmak, kitle iletişim araçlarının hedef kitle etkisini değerlendirme becerisi kazanmak.			
Dersin İçeriği	Medyanın tarihsel gelişim süreci; kitle iletişim araçları ve günümüz toplumunda dijitalleşmeyle gelinen noktada kamuoyuyla etkileşim konu alınmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Fiske, J. (2003) İletişim Çalışmalarına Giriş, Ankara: Bilim ve Sanat. Yaylagül, L. (2014). Kitle İletişim Kuramları, Ankara: Dipnot yayınları. Güngör, N. (2022). İletişim kuramlar yaklaşımlar, Ankara: Siyasal Kitabevi			
Dersin Öğretim Şekli	Örgün			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%50	Alan Bilgisi	%50
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Medya tarihi konularını sıralar.</li> <li>2. Kitle iletişim araçlarını ve etkilerini değerlendirir.</li> <li>3. Kitle iletişim araçlarını özelliklerine göre hedef kitle ile ilişkilendirir.</li> <li>4. Medyanın gücünü örneklerle değerlendirir.</li> <li>5. Kitle iletişim araçlarına eleştirel bakış açısı ile inceler.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Medya- İletişim ve Dil Olgusu	
	2	Medya Tarihsel Gelişim	
	3	Medya Tarihi ve Sözlü İletişim	
	4	Medya Tarihi ve Yazılı İletişim	
	5	Medya Tarihi Elektronik İletişim	
	6	Medyanın Gücü ve Etkileri-1	
	7	Medyanın Gücü ve Etkileri-2	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Kitle İletişim Araçlarının Temel Kuramları	
	10	Kitle İletişimiyle İlişkili Diğer Kuramlar	
	11	Kitle İletişimine Eleştirel Yaklaşım	
	12	Kitle İletişim Araçları Ve Kamuoyu	
	13	Kamuoyu Ve Dijitalleşme	
	14	Kitle iletişim araçları ve etki çalışmaları	
	15	İzleyici Merkezli İletişim Çalışmaları	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
ÖÇ2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ÖÇ3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
ÖÇ4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ÖÇ5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru Özgen								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Doç. Dr. Yeliz KUŞAY								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									ykusay@marmara.edu.tr								



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT1006 Media History and Communication Studies			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	2			
<b>Type of Course Unit</b>	Theoric			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	To establish a foundation in communication and media history, to gain the ability to evaluate the target audience impact of mass media.			
<b>Course Content</b>	Historical development process of media; The subject is interaction with the public at the point reached by mass media and digitalization in today's society.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Fiske, J. (2003) İletişim Çalışmalarına Giriş, Ankara: Bilim ve Sanat. Yaylagül, L. (2014). Kitle İletişim Kuramları, Ankara: Dipnot yayımları. Güngör, N. (2022). İletişim kuramlar yaklaşımlar, Ankara: Siyasal Kitabevi			
<b>Mode of Delivery</b>	Formal			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%50	Field	% 50
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
	<b>Total</b>			<b>100 %</b>



<b>ÖÇ5</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru ÖZGEN															
<b>Contact (e-mail)</b>		eozgen@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Assoc. Prof. Dr. Yeliz KUŞAY															
<b>Contact (e-mail)</b>		ykusay@marmara.edu.tr															



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	HIT1008 Kültür ve Sanat Yönetimi			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	3			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	2			
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe			
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı, kültür ve sanat yönetiminin temel kavramlarını, teorilerini ve uygulamalarını inceleyerek öğrencilerin bu alandaki bilgi ve becerilerini geliştirmektir. Ayrıca, kültürel projelerin planlanması, organizasyonu ve yönetimi konularında pratik deneyim kazandırmaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>	Kültür ve sanat yönetimi kavramları; Kültürel politikalar ve stratejiler; Sanat ve kültür kurumlarının yönetimi; Kültürel proje geliştirme ve yönetim süreçleri; Sponsorluk ve fon bulma; Kültürel etkinliklerin organizasyonu; Kültürel miras yönetimi.			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
<b>Kaynaklar</b>	Throsby, D. (2001). Economics and Culture. Cambridge University Press. Chong, D. (2010). Arts Management. Routledge. Bennett, T. (1995). The Birth of the Museum. Routledge.			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüz yüze			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%40	Alan Bilgisi	60
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	40 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77    Toplam Saat/25 = 3</b>				
<b>Dersin Çıktıları</b>	<b>Öğrenim</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:  Kültür ve sanat yönetiminin temel kavramlarını açıklar.  Kültürel projeleri planlar, organize eder ve yönetir.  Sanat ve kültür kurumlarının işleyişini analiz eder.  Kültürel etkinliklerin organizasyonu ve yönetimini uygular.</p>		

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Kültür ve sanat yönetimi kavramları	
	2	Kültürel politikalar ve stratejiler	
	3	Sanat ve kültür kurumlarının yönetimi	
	4	Kültürel proje geliştirme	
	5	Kültürel proje yönetim süreçleri	
	6	Sponsorluk ve fon bulma	
	7	Kültürel etkinliklerin organizasyonu	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Kültürel miras yönetimi	
	10	Kültür politikaları ve stratejiler	
	11	Sanat yönetimi ve sanat politikaları	
	12	Sanat eserlerinin eleştirisi	
	13	Kültür ve sanat alanında fon sağlama	
	14	Kültür ve sanat alanında fon sağlama	
	15	Kültürel etkinliklerin değerlendirilmesi	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**



	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
ÖÇ1	3	2	3	3	3	3	1	2	1	2	4	4	4	5	1
ÖÇ2	2	0	0	4	4	1	3	3	1	5	0	3	2	5	1
ÖÇ3	4	3	3	3	3	5	3	2	1	2	4	3	2	5	1
ÖÇ4	2	0	0	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	1
ÖÇ5															
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı    P: Program Çıktısı															
<b>Dersin Koordinatörü</b>							Prof. Dr. Ebru ÖZGEN								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>							eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>							Dr. Özgenur Reyhan KURTULDU								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>							ozgenur.kurtuldu@marmara.edu.tr								



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT1008 Cultural and Arts Management			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	2			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of this course is to examine the basic concepts, theories, and practices of cultural and arts management, enhancing students' knowledge and skills in this field. Additionally, it aims to provide practical experience in planning, organizing, and managing cultural projects.			
<b>Course Content</b>	Concepts of cultural and arts management; Cultural policies and strategies; Management of arts and cultural institutions; Development and management processes of cultural projects; Sponsorship and fundraising; Organization of cultural events; Cultural heritage management.			
<b>Prerequisites</b>	This course has no prerequisites.			
<b>Resources</b>	<input type="checkbox"/> Throsby, D. (2001). Economics and Culture. Cambridge University Press. <input type="checkbox"/> Chong, D. (2010). Arts Management. Routledge. <input type="checkbox"/> Bennett, T. (1995). The Birth of the Museum. Routledge.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 40	Field	% 60
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		40 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		60 %
	<b>Total</b>			<b>100 %</b>

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Outcomes</b>	<b>Learning</b>	After completing this course, the students should be able to: 1- Explains the basic concepts of culture and arts management. 2- Plans, organizes and manages cultural projects. 3- Analyzes the functioning of art and cultural institutions. 4- Apply the organization and management of cultural events.		

<b>Weekly Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Concepts of cultural and arts management	
	2	Cultural policies and strategies	
	3	Management of arts and cultural institutions	
	4	Development of cultural projects	
	5	Management processes of cultural projects	
	6	Sponsorship and fundraising	
	7	Organization of cultural events	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Cultural heritage management	
	10	Cultural policies and strategies	
	11	Arts management and arts policies	
	12	Critique of art works	
	13	Fundraising in the field of culture and arts	
	14	Planning of cultural events	
	15	Evaluation of cultural events	
	16	<b>Final Exam</b>	
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
ÖÇ1	3	2	3	3	3	3	1	2	1	2	4	4	4	5	1
ÖÇ2	2	0	0	4	4	1	3	3	1	5	0	3	2	5	1
ÖÇ3	4	3	3	3	3	5	3	2	1	2	4	3	2	5	1
ÖÇ4	2	0	0	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	1
ÖÇ5															

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Dr. Özenur Reyhan KURTULDU
<b>Contact (e-mail)</b>	ozgenur.kurtuldu@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU	
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	SOC1102 Sociology of Communication
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	3
<b>Dersin Yarıyılı</b>	2
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	İngilizce
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders, sosyal teori ile iletişim/medya çalışmaları arasındaki bağlantıları keşfetmeyi amaçlar. Medya ortamlarımızı şekillendiren sosyal ve kültürel süreçlerin derinlemesine tartışılması ve sorgulanması hedeflenmektedir. Çeşitli teorik bakış açılarından geniş bir okuma yelpazesi içeren bu dersin öğrencileri, yerel ve küresel bakış açılarıyla toplum hakkında eleştirel sorular sormaya teşvik edilecektir.
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu dersin içeriği, öğrencilere medya araştırmalarının tarihini, erken ve çağdaş medya analizini, medya ekolojisini, ideoloji ve medyayı, sınıf analizini, medya ve eşitsizlikleri, eleştirel reklam araştırmalarını, sanat ve iletişimi ve eleştirel görsel çalışmaları içeren çeşitli konuları sunmayı amaçlamaktadır.
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Yok
<b>Kaynaklar</b>	Marshall McLuhan (1967). The Medium is the Massage: An Inventory of Effects. Gingko Press. McLuhan, Marshall. "Media Hot and Cold." Understanding Media: The Extensions of Man. Cambridge: The MIT Press, 2001. 22-32. Hitchcock, L. (2008) "Karl Marx" in Theory for Classics: A Student's Guide. Routledge. Hitchcock, L. (2008) "Theodor W. Adorno" in Theory for Classics: A Student's Guide. Routledge. Adorno, T. & Horkheimer, M. (1999). "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" in The Cultural Studies Reader, Routledge. George Gerbner, "Foreword", in Television and its Viewers: Cultivation Theory and Research, Cambridge University Press. George Gerbner & Larry Gross, "Living with Television: The Violence Profile" William Leiss, Stephen Kline, Sut Jhally (1990), "Introduction", "Criticisms of Advertising", "Defences of Advertising" in Social Communication in Advertising, London: Routledge, pp. 1-48. Pierre Bourdieu (1986). "The Forms of Capital", in Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, 15-29. Richard Jenkins (1992). Pierre Bourdieu. Routledge. (Chapters to read: Chapter 4: Practice, Habitus and Field & Chapter 5: Symbolic Violence and Social Reproduction)

	John Berger (1990). Ways of Seeing. Penguin Books.			
	Walter Benjamin (1935). "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction" In: Illuminations, edited by Hannah Arendt, translated by Harry Zohn, from the 1935 essay New York: Schocken Books, 1969.			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>				
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>		<b>Katkı %</b>
	Ara Sınav	1		50 %
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1		50 %
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuramsal olarak ana sosyolojik yaklaşımları tanımlar.</li> <li>2. Medya ve iletişim çalışmalarında sosyolojik yaklaşımları uygular.</li> <li>3. Medyanın toplu üzerindeki etkilerini analiz eder.</li> <li>4. Medya ve topluma dayalı orijinal araştırma soruları bulur.</li> <li>5. Medya ve toplum üzerine eleştirel fikir üretir.</li> </ol>			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Derse Giriş	
	2	McLuhan'ı Anlamak-1	
	3	McLuhan'ı Anlamak-2	
	4	Medya ve Topluma Yönelik Marksist Eleştiri-1	
	5	Medya ve Topluma Yönelik Marksist Eleştiri-2	
	6	Medya, İdeoloji ve Ekme Kuramı-1	
	7	Medya, İdeoloji ve Ekme Kuramı-2	
	8	<b>ARA SINAV</b>	

9	Reklam ve Toplum Üzerine Eleştirel Yaklaşımlar-1	
10	Reklam ve Toplum Üzerine Eleştirel Yaklaşımlar-2	
11	Pierre Bourdieu Sosyolojisi-1	
12	Pierre Bourdieu Sosyolojisi-2	
13	Sanat, Görsellik ve İletişimi Tartışmak-1	
14	Sanat, Görsellik ve İletişimi Tartışmak-2	
15	Final Öncesi Değerlendirme	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	2	2	2	2	3	3	3	4	5	5	5	5	5	3	3	5
ÖÇ2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	4	5	5	5	3	2	4
ÖÇ3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5
ÖÇ4	2	2	3	2	3	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4
ÖÇ5	2	2	3	3	3	2	2	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	cozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Alparslan Nas
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	alparslan.nas@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION	
<b>Course Code and Title</b>	SOC1102 Sociology of Communication
<b>Credit (ECTS)</b>	3
<b>Semester</b>	2
<b>Type of Course Unit</b>	Required
<b>Language of Instruction</b>	English
<b>Objectives of Course</b>	This course aims to explore the interconnections between social theory and communication/media studies. We will engage in a deeper discussion and problematization of social and cultural processes that shape our media environments. Including a wide range of readings from various theoretical standpoints, the students of this course will be encouraged to ask critical questions about society from local and global perspectives.
<b>Course Content</b>	Content of this course is designated to provide the students with a variety of different topics and subjects including the history of media research, early and contemporary media analysis, media ecology, ideology and media, class analysis, media and inequalities, critical advertising research, art and communication, and critical visual studies.
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.
<b>Resources</b>	<p>Marshall McLuhan (1967). <i>The Medium is the Massage: An Inventory of Effects</i>. Gingko Press.</p> <p>McLuhan, Marshall. "Media Hot and Cold." <i>Understanding Media: The Extensions of Man</i>. Cambridge: The MIT Press, 2001. 22-32.</p> <p>Hitchcock, L. (2008) "Karl Marx" in <i>Theory for Classics: A Student's Guide</i>. Routledge.</p> <p>Hitchcock, L. (2008) "Theodor W. Adorno" in <i>Theory for Classics: A Student's Guide</i>. Routledge.</p> <p>Adorno, T. &amp; Horkheimer, M. (1999). "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" in <i>The Cultural Studies Reader</i>, Routledge.</p> <p>George Gerbner, "Foreword", in <i>Television and its Viewers: Cultivation Theory and Research</i>, Cambridge University Press.</p> <p>George Gerbner &amp; Larry Gross, "Living with Television: The Violence Profile"</p> <p>William Leiss, Stephen Kline, Sut Jhally (1990), "Introduction", "Criticisms of Advertising", "Defences of Advertising" in <i>Social Communication in Advertising</i>, London: Routledge, pp. 1-48.</p> <p>Pierre Bourdieu (1986). "The Forms of Capital", in <i>Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education</i>, 15-29.</p>



	<p>Richard Jenkins (1992). Pierre Bourdieu. Routledge. (Chapters to read: Chapter 4: Practice, Habitus and Field &amp; Chapter 5: Symbolic Violence and Social Reproduction)</p> <p>John Berger (1990). Ways of Seeing. Penguin Books.</p> <p>Walter Benjamin (1935). "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction" In: Illuminations, edited by Hannah Arendt, translated by Harry Zohn, from the 1935 essay New York: Schocken Books, 1969.</p>			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Define the main sociological approaches theoretically.</li> <li>2. Apply sociological approaches in media and communication studies.</li> <li>3. Analyze the effects of media on society.</li> <li>4. Find original research questions based on media and society.</li> <li>5. Produce critical ideas on media and society.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction	
	2	Understanding McLuhan-1	
	3	Understanding McLuhan-2	
	4	Marxist Criticism of Media and Society-1	
	5	Marxist Criticism of Media and Society-2	
	6	Media, Ideology and the Theory of Cultivation-1	
	7	Media, Ideology and the Theory of Cultivation-2	

	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Critical Approaches on Advertising and Society-1	
	10	Critical Approaches on Advertising and Society-2	
	11	The Sociology of Pierre Bourdieu-1	
	12	The Sociology of Pierre Bourdieu-2	
	13	Debating Art, Visuality and Communication-1	
	14	Debating Art, Visuality and Communication-2	
	15	Review class before final exams	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	3	2	2	2	2	3	3	3	4	5	5	5	5	5	3	3	5
<b>ÖÇ2</b>	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	4	5	5	5	3	2	4
<b>ÖÇ3</b>	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5
<b>ÖÇ4</b>	2	2	3	2	3	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4
<b>ÖÇ5</b>	2	2	3	3	3	2	2	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. Alparslan Nas
<b>Contact (e-mail)</b>	alparslan.nas@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	TRD122 Türk Dili II			
Dersin Kredisi (AKTS)	2			
Dersin Yarıyılı	2			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Sözlü ve yazılı anlatım türlerini öğretmek; eleştirel düşüncüyü yapıcı bir şekilde ifade etme ve inisiyatif kullanma becerisi edindirmek; sözlü ve yazılı iletişim becerisi kazandırmak.			
Dersin İçeriği	Sözlü ve yazılı anlatım türleri.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Türk Dili Kitabı, Ed. Gülden Sağol Yüksekaya, Duyap Yayıncılık, İstanbul 2006. Demir, Nurettin ve Emine Yılmaz, Türk Dili El Kitabı, Grafiker Yayıncılık, Ankara 2003. Yükseköğretim Kurulu, Yükseköğretim Öğrencileri İçin Türk Dili ve Kompozisyon Bilgileri. Ankara 1990.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%70	Alan Bilgisi	%30
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>		<b>Katkı %</b>
	Ara Sınav	1		50 %
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1		50 %
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	2	28
	Sınıf Dışı Ç.Süresi			
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	10	10
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):43</b>		<b>Toplam Saat/25 = 2</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yazılı anlatım (edebi) türlerini açıklar.</li> <li>2. Sözlü anlatım türlerini sıralar.</li> <li>3. Bilgiyi kullanabileceği çalışmalar yürütür.</li> <li>4. Eleştirel düşünceyi yapıcı bir şekilde ifade eder ve inisiyatif kullanır.</li> <li>5. Etkili sözlü ve yazılı iletişim kurar.</li> </ol>
---------------------------------	--

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Yazılı anlatım ve türleri: Öykü/hikâye, roman.	
	2	Yazılı anlatım türleri: Şiir.	
	3	Yazılı anlatım türleri: Tiyatro.	
	4	Yazılı anlatım türleri: Anı, biyografi.	
	5	Yazılı anlatım türleri: Deneme, eleştiri, fıkra/köşe yazısı.	
	6	Yazılı anlatım türleri: Gezi yazısı/seyahatname, sohbet/söyleşi.	
	7	Yazılı anlatım türleri: Nutuk/söylev, röportaj, senaryo.	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Yazılı anlatım türleri: Makale, kitap tanıtma vb.	
	10	Bilimsel araştırma yöntemleri	
	11	Uygulamalı yazılı anlatım türleri: Rapor, tutanak, öz geçmiş.	
	12	Uygulamalı yazılı anlatım türleri: Dilekçe, mektup, iş mektubu, resmi yazı.	
	13	Sözlü anlatım türleri: Destan, efsane, masal, halk hikâyesi.	
	14	Sözlü anlatım türleri: Atasözü ve deyim, bilmece, fıkra, mani, tekerleme. Bilgi Şöleni/Sempozyum)	
	15	Uygulamalı sözlü anlatım türleri: Bildiri/tebliğ, demeç, münazara vb.	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1						4					2			1			
ÖÇ2						4					2			1			
ÖÇ3						4					2			1			
ÖÇ4						4					2			1			
ÖÇ5						5					2			1			

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Öğr.Gör. Nur Kadriye Tezel
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	nur.tezel@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	TRD122 Turkish Language II –(Türk Dili II)			
<b>Credit (ECTS)</b>	2			
<b>Semester</b>	2			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	To teach the types of oral and written expression; to acquire the ability to express critical thinking constructively and to use initiative; to gain oral and written communication skills.			
<b>Course Content</b>	Types of oral and written expression.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Türk Dili Kitabı, Ed. Gülden Sağol Yüksekaya, Duyap Yayıncılık, İstanbul 2006. Demir, Nurettin ve Emine Yılmaz, Türk Dili El Kitabı, Grafiker Yayıncılık, Ankara 2003. Yükseköğretim Kurulu, Yükseköğretim Öğrencileri İçin Türk Dili ve Kompozisyon Bilgileri. Ankara 1990.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 70	Field	% 30
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	2	28
	Hours for off the c.r.stud			
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	10	10
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	5	5
<b>Total Work Load:43</b>		<b>Total Duration/25:2</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explains the types of written expression (literary).</li> <li>2. List the types of oral expression.</li> <li>3. Carries out studies in which he/she can use knowledge.</li> <li>4. Expresses critical thinking constructively and uses initiative.</li> <li>5. Establishes effective oral and written communication.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	Week	Topics	Study Materials
	1	Written expression and its types: Story/story, novel.	
	2	Types of written expression: Poetry.	
	3	Types of written expression: Theater.	
	4	Types of written expression: Memoir, biography.	
	5	Types of written expression: Essay, criticism, joke/column.	
	6	Types of written expression: Travel writing/travelogue, conversation/interview.	
	7	Types of written expression: Speech/speech, interview, scenario.	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Types of written expression: Articles, book introductions, etc.	
	10	Scientific research methods	
	11	Practical types of written expression: Report, minutes, resume.	
	12	Practical types of written expression: Petition, letter, business letter, official letter.	
	13	Types of oral expression: Epic, legend, fairy tale, folk story.	
	14	Types of oral expression: Proverbs and idioms, riddles, anecdotes, jokes, mani, nursery rhymes. Information Feast / Symposium)	
	15	Applied oral expression types: Paper/declaration, statement, debate, etc.	
16	<b>Final Exam</b>		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>						4					2			1			

ÖÇ2					4			1		2			1			
ÖÇ3					4			1		2			1			
ÖÇ4					4			1		2			1			
ÖÇ5					4			1		2			1			
<p><b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b>  <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b></p>																
<b>Course Coordination</b>					Prof. Dr. Ebru ÖZGEN											
<b>Contact (e-mail)</b>					<a href="mailto:eozen@marmara.edu.tr">eozen@marmara.edu.tr</a>											
<b>Lecturer of the Course</b>					Lecturer Nur Kadriye Tezel											
<b>Contact (e-mail)</b>					nur.tezel@marmara.edu.tr											



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	ILT1002 Medya ve İnsan Hakları			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	2			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Medya ve İnsan Hakları dersi, medyanın insan hakları üzerindeki etkilerini ve bu alandaki rolünü incelemeyi amaçlar. Öğrencilerin medya içeriklerinde insan hakları ihlallerini tanımlayabilme ve analiz edebilme becerilerini geliştirmeyi hedefler.			
Dersin İçeriği	Ders insan haklarının gelişimini ortaya çıkaran kavramsal ve insan hakları ve medya ilişkisini açıklayan kuramsal olmak üzere iki ana hat üzerinden sürdürülecektir. Öncelikle insan haklarının ne olup ne olmadığı tartışılacak, insan haklarının tarih içerisinde gelişimi farklı toplumsal veçheleriyle soruşturulacaktır. Daha sonra ise insan haklarının medyada nasıl yer bulduğu serimlenecektir. Medyanın insan haklarıyla ilişkisi farklı kuramsal yaklaşımlar dahilinde tartışılacaktır. Böylelikle, insan hakları ve medya olgularına yönelik sosyolojik bir analiz imkanı öğrenciler nezdinde ortaya çıkarılmaya gayret edilecektir.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Akal, Cemal B., The Birth of Modern Thought: The Spanish Golden Age, Dost, Ankara, 2003 Aybay, Rona, Human Rights Law, Istanbul Bilgi University Publications, Istanbul, 2017, p.31-42 Douzinas, Costas, The End of Human Rights, Hart Publishing, Oxford, 2000 The Mission, Rolan Joffé, 1986 Eduardo Galeano, Latin America 's Cut Veins, Çitlembik Publications, 2006 De Vreese Claes H. & Lecheler Sophie, "Framing Theory", The International Encyclopedia of Political Communication, 2016 Entman Robert M., Matthes Jörg & Pellicano Lynn, "Nature, Sources and Effects of News Framing", The Handbook of Journalism (ed.) by Karin Wahl Jorgensen & Thomas Hanitzsch, 2009			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	40 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	



AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. İnsan hakları kavramının ortaya çıkışına dair tarihsel ve kuramsal bilgi düzeyini geliştirir.</li> <li>2. Kamusal alanın ve medyanın insan haklarıyla ilişkisini kuramsal çerçevede inceler.</li> <li>3. Dünyada ve Türkiye’de güncel hak ihlalleri ve mücadelelerini tanımlar.</li> <li>4. İnsan hakları ihlallerinin ve mücadelelerinin medyada hangi çerçeve ve söylemlerle sunulduğu tartışır.</li> <li>5. Dersin konusuyla ilgili yaptığı haber analizini sunar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Giriş	
	2	İnsan hakları nedir? - Okuma: Rona Aybay, “1. Bölüm”.	
	3	İnsan haklarının Gelişimi - [Devam] Okuma: Rona Aybay, “1. Bölüm”.	
	4	[Devam] Okuma: Rona Aybay, “1. Bölüm”.	
	5	İnsan haklarının Çağdaş Yükselişi - Okuma: Samuel Moyn, “1. Bölüm”.	
	6	[Devam] Okuma: Samuel Moyn, “1. Bölüm”.	
	7	Hakları dönemselleştirmek - Okuma: T. H. Marshall, Yurttaşlık ve Toplumsal Sınıflar	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	[Devam] Okuma: T. H. Marshall, Yurttaşlık ve Toplumsal Sınıflar.	
	10	Yurttaşlık ve insan hakları - Okuma: Hannah Arendt, Totalitarizmin Kaynakları Emperyalizm.	
	11	[Devam] Okuma: Hannah Arendt, Totalitarizmin Kaynakları Emperyalizm.	
	12	Medya ve insan haklarını birlikte düşünmek - Okuma: Edward S. Herman ve Noam Chomsky, Rızanın İmalatı	
	13	[Devam] Okuma: S. Herman ve Noam Chomsky, Rızanın İmalatı.	
	14	Medya ve Nefret Suçları - Okuma: Yasemin İnceoğlu, Nefret Söylemi ve Nefret Suçları	
15	Nefret söylemini ortaya çıkarmak - [Devam] Okuma: Yasemin İnceoğlu, Nefret Söylemi ve Nefret Suçları.		

	16	YARIYIL SONU SINAVI															
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1									3					4			3
ÖÇ2									3					4			3
ÖÇ3									3					4			3
ÖÇ4									3					4			3
ÖÇ5						3			3					4			3
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru Özgen								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Dr. Öğr. Üyesi Halil İbrahim Zeytin								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									halil.zeytin@marmara.edu.tr								



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	ILT1002 Media and Human Rights			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	2			
<b>Type of Course Unit</b>	Selective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	Media and Human Rights course aims to examine the effects of media on human rights and its role in this field. It aims to develop students' ability to identify and analyze human rights violations in media content.			
<b>Course Content</b>	The course will be continued through two main lines: conceptual, which reveals the development of human rights, and theoretical, which explains the relationship between human rights and media. First of all, what human rights are and what they are not will be discussed, and the development of human rights throughout history will be investigated from different social aspects. Then, how human rights find coverage in the media will be explained. The relationship of media with human rights will be discussed within the framework of different theoretical approaches. In this way, an effort will be made to reveal to students the possibility of a sociological analysis of human rights and media phenomena.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Akal, Cemal B., The Birth of Modern Thought: The Spanish Golden Age, Dost, Ankara, 2003 Aybay, Rona, Human Rights Law, Istanbul Bilgi University Publications, Istanbul, 2017, p.31-42 Douzinas, Costas, The End of Human Rights, Hart Publishing, Oxford, 2000 The Mission, Rolan Joffé, 1986 Eduardo Galeano, Latin America 's Cut Veins, Çitlembik Publications, 2006 De Vreese Claes H. & Lecheler Sophie, "Framing Theory", The International Encyclopedia of Political Communication, 2016 Entman Robert M., Matthes Jörg & Pellicano Lynn, "Nature, Sources and Effects of News Framing", The Handbook of Journalism (ed.) by Karin Wahl Jorgensen & Thomas Hanitzsch, 2009			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	% 70
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	40 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	60 %	

	Total			100 %
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:75</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Develop historical and theoretical knowledge about the emergence of the concept of human rights.</li> <li>2. Analyze the relationship between the public sphere and the media and human rights in a theoretical framework.</li> <li>3. Define current rights violations and struggles in the world and Turkey.</li> <li>4. Discuss the frames and discourses through which human rights violations and struggles are presented in the media.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to course	
	2	What are human rights? - Reading: Rona Aybay, "1. Section".	
	3	Development of human rights - [Continued] Reading: Rona Aybay, "1. Section".	
	4	[Continued] Reading: Rona Aybay, "1. Section".	
	5	The Contemporary Rise of Human Rights - Reading: Samuel Moyn, "1. Section".	
	6	[Continued] Reading: Samuel Moyn, "1. Section".	
	7	Periodizing Rights - Reading: T. H. Marshall, Citizenship and Social Classes	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	[Continued] Reading: T. H. Marshall, Citizenship and Social Classes.	
	10	Citizenship and human rights - Reading: Hannah Arendt, Sources of Totalitarianism Imperialism.	
	11	[Continued] Reading: Hannah Arendt, Sources of Totalitarianism Imperialism.	
	12	Thinking media and human rights together - Reading: Edward S. Herman and Noam Chomsky, The Manufacturing of Consent	
	13	[Continued] Reading: S. Herman and Noam Chomsky, The Manufacturing of Consent.	
	14	Media and Hate Crimes - Reading: Yasemin İnceoğlu, Hate Speech and Hate Crimes	
	15	Uncovering hate speech - [Continue] Reading: Yasemin İnceoğlu, Hate Speech and Hate Crimes.	
	16	<b>Final Exam</b>	
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1									3					4			3
ÖÇ2									3					4			3
ÖÇ3									3					4			3
ÖÇ4									3					4			3
ÖÇ5						3			3					4			3
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>					Prof. Dr. Ebru Özgen												
<b>Contact (e-mail)</b>					eozgen@marmara.edu.tr												
<b>Lecturer of the Course</b>					Dr. Lecturer Halil İbrahim Zeytin												
<b>Contact (e-mail)</b>					halil.zeytin@marmara.edu.tr												



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	ILT1004 Medya Psikolojisi			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	2			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Dersin sonunda öğrencilerin; tüketimin tarihsel olarak değişiminin tüketiciler üzerindeki etkilerini ve bütünlük pazarlama iletişimin tüm unsurlarının bu değişime olan katkısını biliyor olmaları amaçlanmaktadır.			
Dersin İçeriği	Mecralar aracılığı ile tüketicilere ulaşan iletilerin etkilerini anlamaya ilişkin, psikoloji bilimine ait teori ve yaklaşımlardan yararlanılmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Yok			
Kaynaklar	Merve Çerçi, Normal Dışı Tüketici Davranışları, Akademisyen Yayınevi: Ankara, 2022. Çiğdem Kağıtçıbaşı, İnsan ve İnsanlar, Evrim Yayınevi: İstanbul, 2005. Metin İnceoğlu, Tutum Algı İletişim. Elips: Ankara, 2004. Muzaffer Şerif, Carolyn W. Şerif, Sosyal Psikolojiye Giriş I-II, Çevirenler: Mustafa Atakay, Aysun Yavuz, Sosyal Yayınlar: İstanbul, 1996. Sibel A. Arkonaç, Sosyal Psikolojide İnsanları Anlamak, Sosyal Psikoloji, Nobel Yayınları: Ankara, 2008. Michael A. Hogg, Vaughan M. Graham, Sosyal Psikoloji, Çev.İbrahim Yıldız, Aydın Gelmez, Ütopya Yayınları: Ankara, 2006. Shalley E. Taylor, Peplau A. Letitia, Sears O. David, Sosyal Psikoloji, Çev. Ali Dönmezi, İmge Yayınları: Ankara, 2007.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüzyüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%90	Alan Bilgisi	%10
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Tüketimin tarihsel gelişimini ve değişimini açıklar.</li> <li>2- Reklam psikolojisinin teorik çerçevesini çizer.</li> <li>3- Normal dışı tüketici davranışlarının unsurlarını tanımlar.</li> <li>4- Reklamın tüketici davranışları üzerindeki etkisini gösterir.</li> <li>5- Bütünleşik pazarlama iletişimi unsurlarının tüketici davranışları üzerindeki etkisini tanımlar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Tüketici Davranışlarının Tarihsel Değişimi	
	2	Tüketimin Modern Tarihi	
	3	Tüketimin Postmodern Tarihi	
	4	Planlı Eskitme	
	5	Planlı Eskitme Türleri	
	6	Saplantılı Tüketim	
	7	Saplantılı Tüketim Kapsamında Yeni Medya Reklamları	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Ani Satın Alma Davranışı	
	10	Ani Satın alma Davranışı kapsamında Satın Alma Noktası Reklamları	
	11	Suçlayıcı Tüketiciler	
	12	Suçlayıcı Tüketici Türleri	
	13	Bağımlı Tüketicileri	
	14	Kupon Bağımlılığı Kapsamında Satış Geliştirme Araçları	
	15	Tüketilen Tüketiciler	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
ÖÇ2	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖÇ3	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0
ÖÇ4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖÇ5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Merve Çerçi Sevgi
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	merve.cerci@marmara.edu.tr





### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	ILT1004 Media Psychology			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	2			
<b>Type of Course Unit</b>	Selective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	Aim of the media psychology course is to examine the relationship between written and visual media and psychology in the context of the fundamental theories of media psychology. Students will learn how people perceive, interpret, use and react to media and develop a critical perspective regarding how media affect people and society.			
<b>Course Content</b>	Media and types of media, media and psychology relationship, fundamental theories and models of media psychology, contemporary critical approaches to the media, factors that influence media psychology, media consumption, representation of positive behavior in the media, media and violence, media and prosocial effects, media and pornography, advertising and advertising psychology, media and children, media and adolescents, gender roles and media, representation of social groups in media, psychology of audiences			
<b>Prerequisites</b>	There are no prerequisites for this course			
<b>Resources</b>	Merve Çerçi, Normal Dışı Tüketici Davranışları, Akademisyen Yayınevi: Ankara, 2022. Çiğdem Kağıtçıbaşı, İnsan ve İnsanlar, Evrim Yayınevi: İstanbul, 2005. Metin İnceoğlu, Tutum Algı İletişim. Elips: Ankara, 2004. Muzaffer Şerif, Carolyn W. Şerif, Sosyal Psikolojiye Giriş I-II, Çevirenler: Mustafa Atakay, Aysun Yavuz, Sosyal Yayınlar: İstanbul, 1996. Sibel A. Arkonaç, Sosyal Psikolojide İnsanları Anlamak, Sosyal Psikoloji, Nobel Yayınları: Ankara, 2008. Michael A. Hogg, Vaughan M. Graham, Sosyal Psikoloji, Çev.İbrahim Yıldız, Aydın Gelmez, Ütopya Yayınları: Ankara, 2006. Shalley E. Taylor, Peplau A. Letitia, Sears O. David, Sosyal Psikoloji, Çev. Ali Dönmezi, İmge Yayınları: Ankara, 2007.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 90	Field	% 10
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	

	Total			100 %
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:75</b>		<b>Total Duration/25:5</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Explain the historical development and change of consumption.</li> <li>2- Draw the theoretical framework of advertising psychology.</li> <li>3- Define the elements of abnormal consumer behavior.</li> <li>4- Show the effect of advertising on consumer behavior.</li> <li>5- Define the effect of integrated marketing communication elements on consumer behavior.</li> </ol>			

	Week	Topics	Study Materials
<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	1	Historical Changes in Consumer Behavior	
	2	A Modern History of Consumption	
	3	Postmodern History of Consumption	
	4	Planned Obsolescence	
	5	Types of Planned Tumbling	
	6	Obsessive Consumption	
	7	New Media Advertisements in the Scope of Obsessive Consumption	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Impulse Buying Behavior	
	10	Point-of-Purchase Ads in the context of Impulse Buying Behavior	
	11	Blaming Consumers	
	12	Types of Blaming Consumers	
	13	Dependent Consumers	
	14	Sales Development Tools within Coupon Dependency	
	15	Consumed Consumers	
	16	<b>Final Exam</b>	

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
ÖÇ2	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖÇ3	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0
ÖÇ4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖÇ5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>									Prof. Dr. Ebru Özgen								
<b>Contact (e-mail)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Lecturer of the Course</b>									Doç. Dr. Merve Çerçi Sevgi								
<b>Contact (e-mail)</b>									merve.cerci@marmara.edu.tr								



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	ILT1006 Türkiye'nin Sosyal Yapısı			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	2			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	ILT1006 Türkiye'nin Sosyal Yapısı dersinin amacı, çağdaş Türk toplumunu şekillendiren sosyal, kültürel ve ekonomik faktörleri analiz etmektir. Dersin amacı, öğrencilere Türkiye'nin toplumsal yapısının dinamiklerini ve karmaşıklıklarını eleştirel olarak değerlendirebilme becerisini kazandırmaktır.			
Dersin İçeriği	Ders, Türk toplumunun tarihi ve çağdaş sosyal, kültürel ve ekonomik yönlerini kapsamaktadır. Müfredat, nüfus dinamikleri, kentleşme, sosyal tabakalaşma ve küreselleşmenin Türkiye'ye etkileri gibi konuları inceler.			
Dersin Ön Koşulları	Ön koşulu yok			
Kaynaklar	Keyder, Ç. (1987). <i>State and Class in Turkey: A Study in Capitalist Development</i> . White, J. B. (2002). <i>Islamic Mobilization: Social Movement Theory and the Muslim World</i> . Indiana University Press. Kandiyoti, D. (1991). <i>Women, Islam, and the State</i> . Temple University Press. Feroz, A. (2009). <i>Turkey: A Modern History</i> . I.B. Tauris.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kültürel etkilerin çeşitli biçim ve estetiğini analiz edip değerlendirir.</li> <li>2. Türkiye'de popüler kültür malzemelerinin nasıl tüketildiğini araştırır.</li> <li>3. Kültürün nasıl temsil edildiğini değerlendirir.</li> <li>4. Kültürün toplumu nasıl yansıttığını ve şekillendirdiğini yorumlar.</li> <li>5. Eleştirel düşünme becerilerini geliştirir.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Kültürün ve Toplumun yapısal analizi	Class notes
	2	Popüler Kültür kavramına giriş	Fiske (2010)
	3	Sosyal Kurumlar (Aile, eğitim, vs)	Keyder
	4	Din ve Toplum	White
	5	Cinsiyet Roller ve İlişkiler	Keyder
	6	Etnisite ve çok kültürlülük	Keyder
	7	Küreselleşme ve Modermite	Class notes
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Küreselleşmenin Türk Toplumuna Etkisi	Kandiotti
	10	Küreselleşmenin Türk Toplumuna Etkisi	White
	11	Popüler Kültürün Türk Toplumuna Etkisi	Keyder
	12	Türk Sanatında Popüler Kültürün İncelenmesi	Kandiotti
	13	Türk Filmlerinde Popüler Kültürün İncelenmesi	Class notes
	14	Türkiye'de Popüler Kültürün Medya Temsilleri	Class notes
	15	Tekrar	Class notes
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1								3									3
ÖÇ2	3								3								
ÖÇ3		3	3		4	4				3		4		2	2	3	
ÖÇ4				2			2				5		2				
ÖÇ5																	
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru Özgen								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Doç. Dr. XXXX								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									XXXX@marmara.edu.tr								



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	ILT1006 Social Structure of Turkey			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	2			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The objective of the ILT1006 Social Structure of Turkey course is to analyze the social, cultural, and economic factors that shape contemporary Turkish society. The course aims to equip students with the ability to critically evaluate the dynamics and complexities of Turkey's social structure.			
<b>Course Content</b>	The course covers the historical and contemporary social, cultural, and economic aspects of Turkish society. It explores topics such as population dynamics, urbanization, social stratification, and the impacts of globalization on Turkey.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	Keyder, Ç. (1987). <i>State and Class in Turkey: A Study in Capitalist Development</i> . White, J. B. (2002). <i>Islamic Mobilization: Social Movement Theory and the Muslim World</i> . Indiana University Press. Kandiyoti, D. (1991). <i>Women, Islam, and the State</i> . Temple University Press. Feroz, A. (2009). <i>Turkey: A Modern History</i> . I.B. Tauris.			
<b>Mode of Delivery</b>	In Class			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work- Load</b>
	Course Duration	14	2	28
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	3	3
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Final Exam	1	5	5
<b>Total Work - Load: 64</b>		<b>Total Duration/25=3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <p>1-Analyze and evaluate various forms and aesthetics of cultural effects.</p> <p>2-Investigate how popular culture materials are consumed in Turkey.</p> <p>3-Assess how culture is represented.</p> <p>4-Interpret how culture reflects and shapes society.</p> <p>5-Develop critical thinking skills.</p>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Structural Analysis of Culture and Society	Class notes
	2	Introducing the Concept of Popular Culture	Fiske (2010)
	3	Social Institutions (Family, education ...)	Keyder
	4	Religion and Society	White
	5	Gender Roles and Relations	Keyder
	6	Ethnicity and Multiculturalism	Keyder
	7	Globalization and Modernity	Class notes
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Impact of Globalization on Turkish Society	Kandioti
	10	Impact of Glocalization on Turkish Society	White
	11	Impact of Popular Culture on Turkish Society	Keyder
	12	Analysis of Popular Culture in Turkish Art	Kandioti
	13	Analysis of Pop-Culture in Turkish Films	Class notes
	14	Media Representations of Popular Culture in Turkey	Class notes
	15	Review Class Before Final Exam	Class notes
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1								3									3
ÖÇ2	3								3								
ÖÇ3		3	3		4	4				3		4		2	2	3	
ÖÇ4				2			2				5		2				



<b>ÖÇ5</b>																			
		<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru Özgen																	
<b>Contact (e-mail)</b>		ebru.ozgen@marmara.edu.tr																	
<b>Lecturer of the Course</b>																			
<b>Contact (e-mail)</b>																			



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	BUS2007 Basic Principles of Marketing			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	3			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Bu ders öğrencilere temel pazarlama kavramları ve stratejileri hakkında sağlam bir anlayış kazandırmayı amaçlar. Pazar ortamlarını analiz etme, tüketici ihtiyaçlarını belirleme ve etkili pazarlama planları geliştirme becerilerini öğrencilere kazandırmayı hedefler.			
Dersin İçeriği	Pazarlama iletişimi karmasının bileşenleri, bunların işlevleri ve bütünlük bir pazarlama iletişimi programının planlanması ve uygulanmasından oluşmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır			
Kaynaklar	Altınışik, R., Özdemir, Ş., & Ö, T. (2006). Pazarlamaya Giriş. Sakarya: Sakarya Kitabevi. Assael, H. (2004). Consumer Behavior: A Strategic Approach. Pennsylvania: Houghton Mifflin. Baker, M. (1999). The Marketing Book (4th Edition b.). Oxford: Butterworth-Heinemann. Kotler, P. (1972). A Generic Concept of Marketing. Journal of Marketing, 35, s. 45-54. Odabaşı, Y. (2006). Satış ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi (6. Baskı b.). İstanbul: Sistem Yayıncılık.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	



<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı	
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof.Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. A. Müge Yazgan
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	muge@marmara.edu.tr



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION					
<b>Course Code and Title</b>	BUS2007 Basic Principles of Marketing				
<b>Credit (ECTS)</b>	4				
<b>Semester</b>	3				
<b>Type of Course Unit</b>	Mandatory				
<b>Language of Instruction</b>	English				
<b>Objectives of Course</b>	This course aims to provide students with a solid understanding of basic marketing concepts and strategies. It aims to provide students with the skills to analyze market environments, identify consumer needs and develop effective marketing plans.				
<b>Course Content</b>	It consists of the components of the marketing communications mix, their functions and the planning and implementation of an integrated marketing communications program.				
<b>Prerequisites</b>	-				
<b>Resources</b>	Altınışık, R., Özdemir, Ş., & Ö, T. (2006). Pazarlamaya Giriş. Sakarya: Sakarya Kitabevi. Assael, H. (2004). Consumer Behavior: A Strategic Approach. Pennsylvania: Houghton Mifflin. Baker, M. (1999). The Marketing Book (4th Edition b.). Oxford: Butterworth- Heinemann. Kotler, P. (1972). A Generic Concept of Marketing. Journal of Marketing, 35, s. 45-54. Odabaşı, Y. (2006). Satış ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi (6. Baskı b.). İstanbul: Sistem				
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face				
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%	
	Education	%	Science	%	
	Engineering Design	%	Health	%	
	Social Sciences	% 30	Field	% 70	
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>		
	Mid-terms	1	30 %		
	Quizzes				
	Assignment	1	20 %		
	Attendance				
	Practice				
	Project				
	Final Examination	1	50 %		
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>		

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	12	12
	Presentation			
	Mid-terms	1	3	3
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	5	5
<b>Total Work Load:90</b>		<b>Total Duration/25:4</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to: 1. Define basic marketing concepts and theories. 2. Analyze consumer behavior by conducting market research. 3. Develop effective marketing strategies and plans.			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Curriculum Introduction	
	2	Marketing and value concept	
	3	Marketing Management	
	4	Analysis of Marketing Opportunities	
	5	Analysis of International Marketing	
	6	Analysis of Consumer Behavior	
	7	Consumer and New Products Decision Process	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Purchasing Process	
	10	Market Monitoring	
	11	Ethics on Marketing	
	12	Target Market Identification and Positioning	
	13	Approaching to Products	
	14	Decisions on Price	
	15	Distribution	
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	3	2	3	3	3	3	1	3	2	1	2	4	4	4	5	1	3
<b>ÖÇ2</b>	2	2	3	4	4	1	3	2	3	1	5	2	3	2	5	1	2
<b>ÖÇ3</b>	4	3	3	3	3	5	3	3	2	1	2	4	3	2	5	1	3
<b>ÖÇ4</b>																	
<b>ÖÇ5</b>																	

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof.Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Doç. Dr. A. Müge Yazgan
<b>Contact (e-mail)</b>	muge@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	COMM2011 İletişim Teorileri			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	3			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, birinci sınıf öğrencilere iletişim ve medya teorilerinin temel kavramlarını aktarmaktır. Ders kapsamında öğrenciler, iletişim ve medyaya dair güncel sorunları çeşitli teorik perspektifler uygulayarak tartışma imkanına sahip olacaklardır.			
Dersin İçeriği	Ders kapsamında öğrencilerin günümüz toplumunda medya ve iletişim süreçlerine dair derinlikli bir kavrayış geliştirmeleri için gerekli kuramsal araçlara hakim olmaları sağlanacaktır. Bu hedef doğrultusunda, ders içeriği iletişim ve medya çalışmaları bağlamında çeşitli akım ve ekollerin tartışıldığı temel metinlerden oluşturulmuştur. Ders kapsamında klasik iletişim teorileri, yapısalcılık, göstergebilim, neo-Marksizm, kültürel çalışmalar, toplumsal cinsiyet çalışmaları, medya ekolojisi, medya etkileri, postmodernizm, dijital çağ ve reklamcılık gibi konular bağlamında teorik açılımlar gerçekleştirilecektir.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Joseph A. DeVito, “Human Communication: The Basic Course”. 14th edition. Pearson, 2018. Judy C. Pearson, Paul E. Nelson, Scott Titsworth, Lynn Harter, “Human Communication”. 6th edition. 2017. McGraw Hill. Richard Campbell, Christopher R. Martin & Bettina Fabos (2014) “Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age”, Boston & New York: Bedford/St. Martins.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%100
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	



AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	15	3	45
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	10	5	50
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):100</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. İletişim teorilerinin temellerini açıklar.</li> <li>2. Medya teorilerine karşılaştırır.</li> <li>3. Medya ve iletişim teorileri bağlamında uluslararası bakış açısı geliştirir.</li> <li>4. Medya ve iletişimi eleştirel olarak yorumlar.</li> <li>5. Medya ve iletişime dair ulusal konuları teorik bilgiyle tartışır.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Klasik İletişim Teorileri-1	John Fiske (1990) Introduction to Communication Studies, 2nd Edition, New York: Routledge.
	2	Klasik İletişim Teorileri-2	
	3	Yapısalcılık ve Göstergebilim	Roland Barthes (1957), Mythologies, New York: The Noonday Press.
	4	Neo-Marksist Yaklaşımlar ve Kültür Endüstrisi-1	Theodor Adorno & Max Horkheimer (2002) [1944], "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" in Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments, Stanford: Stanford University Press, pp. 94-136.
	5	Neo-Marksist Yaklaşımlar ve Kültür Endüstrisi-2	
	6	Kültürel Çalışmalar	Stuart Hall (1999) [1973], "Encoding/Decoding" in The Cultural Studies Reader (ed. Simon Doring), London & New York:

		Routledge, pp. 507-517.
7	Vize Öncesi Değerlendirme	
8	<b>ARA SINAV</b>	
9	Toplumsal Cinsiyet ve İletişim Teorisi	Rosalind Gill (2011), “Introduction” & “Chapter 1: Gender and the Media”, in Gender and the Media, Cambridge: Polity Press, pp. 1-41.
10	Medya Ekolojisi	Marshall McLuhan (1994) [1964], “The Medium is the Message” & “Media Hot and Cold”, in Understanding Media: The Extensions of Men, Massachusetts: The MIT Press, pp. 7-32.
11	Ekme Kuramı	Gerbner, George & Gross, L.. (1976). Living With Television: The Violence Profile. The Journal of communication. 26. 173-99.
12	Postmodern Medya Teorisi-1	Jean Baudrillard (1988), Selected Writings (ed. Mark Poster), Stanford: Stanford University Press, pp.166-184.
13	Postmodern Medya Teorisi-2	
14	Reklam Teorileri	William Leiss, Stephen Kline, Sut Jhally (1990), “Introduction”, “Criticisms of Advertising”, “Defences of Advertising” in Social Communication in Advertising, London: Routledge, pp. 1-48.
15	Final Sınavı Öncesi Değerlendirme	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	4	2	3	4	5	2	3	2	5	5	2	4	5	2	2	2
ÖÇ2	3	2	3	3	4	5	2	2	3	4	3	4	3	5	3	3	2
ÖÇ3	4	2	3	3	3	4	3	2	2	4	3	5	4	4	4	3	2
ÖÇ4	3	4	3	3	4	5	3	2	2	5	4	2	4	5	3	3	3
ÖÇ5	4	4	5	4	4	3	3	2	2	5	5	4	5	5	5	4	3
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Doç. Dr. Alparslan Nas								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									alparslan.nas@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Doç. Dr. Alparslan Nas								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									alparslan.nas@marmara.edu.tr								



Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION	
Course Code and Title	COMM2011 Communication Theories
Credit (ECTS)	4
Semester	3
Type of Course Unit	Compulsory
Language of Instruction	English
Objectives of Course	The aim of this course is to introduce the main theories of communication to second year students. Students will be encouraged to think critically and analytically about the contemporary issues in media and communication by applying several theoretical perspectives.
Course Content	This course aims to provide the students with the necessary theoretical tools by which they can understand the means and the processes of communication in contemporary society. For this purpose, the syllabus is organized as a collection of canonical texts and essays that carefully locate different trends and traditions in the field of communication studies. The course material includes the classical theories of communication, structuralism, semiotics, neo-Marxism, cultural studies, gender studies, media ecology, media effects, postmodernism, digital age and advertising.
Prerequisites	-
Resources	<p>John Fiske (1990) <i>Introduction to Communication Studies</i>, 2<sup>nd</sup> Edition, New York: Routledge.</p> <p>Rosalind Gill (2011), "Introduction" &amp; "Chapter 1: Gender and the Media", in <i>Gender and the Media</i>, Cambridge: Polity Press, pp. 1-41.</p> <p>Roland Barthes (1957), <i>Mythologies</i>, New York: The Noonday Press.</p> <p>Theodor Adorno &amp; Max Horkheimer (2002) [1944], "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" in <i>Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments</i>, Stanford: Stanford University Press, pp. 94-136.</p> <p>Stuart Hall (1999) [1973], "Encoding/Decoding" in <i>The Cultural Studies Reader</i> (ed. Simon During), London &amp; New York: Routledge, pp. 507-517.</p> <p>Marshall McLuhan (1994) [1964], "The Medium is the Message" &amp; "Media Hot and Cold", in <i>Understanding Media: The Extensions of Men</i>, Massachusetts: The MIT Press, pp. 7-32.</p> <p>Gerbner, George &amp; Gross, L.. (1976). Living With Television: The Violence Profile. <i>The Journal of communication</i>. 26. 173-99.</p> <p>Jean Baudrillard (1988), <i>Selected Writings</i> (ed. Mark Poster), Stanford: Stanford University Press, pp.166-184.</p> <p>William Leiss, Stephen Kline, Sut Jhally (1990), "Introduction", "Criticisms of Advertising", "Defences of Advertising" in <i>Social Communication in Advertising</i>, London: Routledge, pp. 1-48.</p>



		Enlightenment as Mass Deception” in Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments, Stanford: Stanford University Press, pp. 94-136.
5	Neo-Marxist Reflections and the Culture Industry-2	
6	Cultural Studies	Stuart Hall (1999) [1973], “Encoding/Decoding” in The Cultural Studies Reader (ed. Simon Doring), London & New York: Routledge, pp. 507-517.
7	Review Class Before Midterm Exams	
8	<b>Midterm Exam</b>	
9	Gender and Communication Theory	Rosalind Gill (2011), “Introduction” & “Chapter 1: Gender and the Media”, in Gender and the Media, Cambridge: Polity Press, pp. 1-41.
10	Media Ecology	Marshall McLuhan (1994) [1964], “The Medium is the Message” & “Media Hot and Cold”, in Understanding Media: The Extensions of Man, Massachusetts: The MIT Press, pp. 7-32.
11	Theory of Cultivation	Gerbner, George & Gross, L.. (1976). Living With Television: The Violence Profile. The Journal of communication. 26. 173-99.
12	Postmodern Media Theory-1	Jean Baudrillard (1988), Selected Writings (ed. Mark Poster), Stanford: Stanford University Press, pp.166-184.
13	Postmodern Media Theory-2	
14	Theories of Advertising	William Leiss, Stephen Kline, Sut Jhally (1990),

			“Introduction”, “Criticisms of Advertising”, “Defences of Advertising” in Social Communication in Advertising, London: Routledge, pp. 1-48.
	15	Review Class Before Final Exam	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	4	2	3	4	5	2	3	2	5	5	2	4	5	2	2	2
ÖÇ2	3	2	3	3	4	5	2	2	3	4	3	4	3	5	3	3	2
ÖÇ3	4	2	3	3	3	4	3	2	2	4	3	5	4	4	4	3	2
ÖÇ4	3	4	3	3	4	5	3	2	2	5	4	2	4	5	3	3	3
ÖÇ5	4	4	5	4	4	3	3	2	2	5	5	4	5	5	5	4	3

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Alparslan Nas
<b>Contact (e-mail)</b>	alparslan.nas@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Desin Kodu ve Adı	HİT2007 KAMUSAL HALKLA İLİŞKİLER			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	3			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Kamu Kurum ve Kuruluşlarındaki Kamuoyu ile iletişiminde Halkla İlişkilerin Yeri ve Öneminin Örnekler Üzerinden Aktarılması			
Dersin İçeriği	Ders kapsamında kamu kurum ve kuruluşlarının, kamuoyu ile iletişiminin dijitalleşmeye bağlı olarak boyut değiştirmesi ve bu bağlamda ortaya çıkan kamusal halkla ilişkiler anlayışı üzerinde durulacaktır. Bunun yanı sıra kamu kurumlarının kamuoyu nezdinde olumlu bir algı oluşturmak için başvurduğu kanallar anlatılarak, yönetim tarafından alınan kararların kamuoyu bilgilendirme yöntem ve teknikleri açıklanacaktır			
Dersin Ön Koşulları	Yok			
Kaynaklar	Halkla İlişkiler Nedir? Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu, Kamusal Halkla İlişkiler ve Uygulamaları Dr. Dilek Esenel Eyüboğlu			
Dersin Öğretim Şekli	Örgün			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%20	Alan Bilgisi	%80
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	



AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	12	12
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):90</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kamusal halkla ilişkiler kavramlarını ve teorilerini tanımlar.</li> <li>2. Kamusal halkla ilişkiler kampanyaları planlayabilecek, uygulayabilecek ve değerlendirebilir.</li> <li>3. Kamusal halkla ilişkiler stratejileri kullanarak kriz yönetimi ve medya ilişkilerini etkin bir şekilde yürütebilir.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Halkla İlişkiler Nedir? Kamuda ve Özel İşletmelerde Halkla İlişkiler	
	2	Kamu Kurumları ve Halkla İlişkiler	
	3	Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Türkiye'deki Gelişim Süreci	
	4	Kamusal Halkla İlişkilerde İletişim Süreci	
	5	Kamusal Halkla İlişkilerde Hedef Kitle	
	6	Kamusal Halkla İlişkilerde Sosyal Medya iletişimi	
	7	Kamuda Yapay Zeka ve Halkla İlişkiler	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Kamu Kurumlarında Kriz ve Halkla İlişkiler	
	10	Kamu Kurumları ve İtibar Yönetimi	
	11	Kamu- Sivil Toplum Kuruluşları İş Birliğinde Kamusal Halkla İlişkiler ve İşlevleri	
	12	Kamusal Halkla İlişkiler Bağlamında Kamu Spotları	
	13	Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler	
	14	Kamusal Halkla İlişkiler Projeleri	
	15	Kamusal Halkla İlişkiler Projeleri	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1		3			3	2									3		
ÖÇ2		3			3	2									3		
ÖÇ3		3			3	2									3		
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof.Dr Ebru Özgen								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Dr. Dilek Eyüboğlu								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									desenel@marmara.edu.tr								



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HİT2007 Administrative Public Relations			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	3			
<b>Type of Course Unit</b>	Theoric			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	Examining the place and importance of public relations in communication with the public in public institutions and organizations in the context of examples			
<b>Course Content</b>	The scope of the course will focus on the changing dimension of public institutions and organizations' communication with the public due to digitalization and the understanding of public public relations that emerges in this context. In addition, the channels used by public institutions to create a positive perception in the public will be explained and the methods and techniques of informing the public about the decisions taken by the management will be explained.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Halkla İlişkiler Nedir? Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu, Kamusal Halkla İlişkiler ve Uygulamaları Dr. Dilek Esenel Eyüboğlu			
<b>Mode of Delivery</b>	Formal			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		10 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		60 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Define the concepts and theories of public public relations.</li> <li>2. Plan, implement and evaluate public public relations campaigns.</li> <li>3. Effectively conduct crisis management and media relations using public public relations strategies.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	What is Public Relations? Administration Public Relations and Private Public Relations	
	2	Public Institutions and Public Relations	
	3	Public Relations in Public Administration and the Development Process in Turkey	
	4	Communication Process in Public Public Relations Target Audience in Administrative Public Relations	
	5	Target Audience in Administrative Public Relations	
	6	Social Media Communication in Administrative Public Relations	
	7	Artificial Intelligence and Public Relations in Public Sector	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Crisis and Public Relations in Public Institutions	
	10	Public Institutions and Reputation Management	
	11	Public Public Relations and Its Functions in Public-Non-Governmental Organizations Cooperation	
	12	Public Service Announcements in the Context of Public Public Relations	
	13	Public Relations in Local Governments	
	14	Public Public Relations Projects	
	15	Public Public Relations Projects	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1		3			3	2									3		
ÖÇ2		3			3	2									3		
ÖÇ3		3			3	2									3		
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru Özgen															
<b>Contact (e-mail)</b>		eozgen@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Dr. Dilek Eyüboğlu															
<b>Contact (e-mail)</b>		desenel@marmara.edu.tr															



İletişim Fakültesi

### DERS TANIMLAMA FORMU

<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	HIT 2009 Sosyal Psikoloji			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	4			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	3			
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe			
<b>Dersin Amacı</b>	Sosyal psikoloji alanında ele alınan temel konuları, alanın temel kuram ve yaklaşımlarını öğrencilere aktarmak.			
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders; sosyal psikolojiye giriş, sosyal psikoloji kuramları, benlik, davranışlar ve tutumlar, sosyal biliş, sosyal algı, ikna, sosyal etki, uyum, itaat, genler, kültür, toplumsal cinsiyet, çatışma, uzlaşma, sosyal inanışlar ve yargılar, grup etkisi, önyargı, ayrımcılık, kitle davranışı, saldırganlık, yakın ilişkiler, kişilerarası çekim, kültür, dil ve iletişim konularını içermektedir.			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
<b>Kaynaklar</b>	David G. Myers, <b>Sosyal Psikoloji</b> , Çev: Serap Akfırat, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2015. Michael A. Hogg, Graham M. Vaughan, <b>Sosyal Psikoloji</b> , Çev: İbrahim Yıldız, Aydın Gelmez, Ankara: Ütopya Yayınları, 2007. Elliot Aronson, Timothy D. Wilson, Robin M. Akert, <b>Sosyal Psikoloji</b> , Çev: Okhan Gündüz, İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2012. Shelley E. Taylor, Letitia Anne Peplau, David O. Sears, <b>Sosyal Psikoloji</b> , Çev: Ali Dönmez, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2007. Meryem Berrin Bulut (Editör), <b>Sosyal Psikoloji Kuramları I</b> , Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2021. Meryem Berrin Bulut (Editör), <b>Sosyal Psikoloji Kuramları II</b> , Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2021. Çiğdem Kağıtçıbaşı, Zeynep Cemalcılar, <b>Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar</b> , İstanbul: Evrim Yayınevi, 2014.			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüz yüze			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	3	42
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	8	8
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	8	8
<b>Toplam İş Yüğü (saat):100</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosyal psikolojinin temel kavramlarını ve araştırma konularını açıklar.</li> <li>2. İnsanın sosyal davranışını ve nedenlerini tanımlar.</li> <li>3. Sosyal psikoloji prensiplerini gerçek hayattaki olgularla ilişkilendirir.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Sosyal Düşünüş ve Sosyal Psikolojiye Giriş	
	2	Sosyal Psikoloji Kuramları 1	
	3	Sosyal Psikoloji Kuramları 2	
	4	Sosyal Dünyada Benlik Kavramı	
	5	Davranışlar ve Tutumlar	
	6	Sosyal Biliş, Sosyal Algı ve İkna	
	7	Sosyal Etki, Sosyal Etkinin Gücü, Uyum ve İtaat	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Genler, Kültür ve Toplumsal Cinsiyet	
	10	Çatışma, Uzlaşma, Sosyal İnanışlar ve Yargılar	
	11	Grup Yapısı, Grup Dinamiği ve Grup Etkisi	
	12	Önyargı ve Ayrımcılık	
	13	Kitle Davranışı ve Saldırganlık	
	14	Yakın İlişkiler ve Kişilerarası Çekim	
	15	Kültür, Dil ve İletişim	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	4	5	4	3	5	4	3	3	4	5	5	3	5	3	4	3
ÖÇ2	3	4	5	5	4	5	3	4	3	4	5	5	4	5	4	3	4
ÖÇ3	4	3	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı    **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Dr.Öğr.Üyesi Emel YILMAZ
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	emelyilmaz@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Dr.Öğr.Üyesi Emel YILMAZ
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	emelyilmaz@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT 2009 Social Psychology			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	3			
<b>Type of Course Unit</b>	Mandatory (Non-elective)			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	To convey students the basic issues discussed in the field of social psychology and the basic theories and approaches of the field.			
<b>Course Content</b>	This course includes an introduction to social psychology, social psychology theories, self, behaviors and attitudes, social cognition, social perception, persuasion, social influence, compliance, obedience, culture, gender, conflict, compromise, social beliefs and judgements, group influence, prejudice, discrimination, mass behaviors, aggression, close relationships, interpersonal attraction, culture, language and communication.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	David G. Myers, <b>Sosyal Psikoloji</b> , Çev: Serap Akfırat, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2015. Michael A. Hogg, Graham M. Vaughan, <b>Sosyal Psikoloji</b> , Çev: İbrahim Yıldız, Aydın Gelmez, Ankara: Ütopya Yayınları, 2007. Elliot Aronson, Timothy D. Wilson, Robin M. Akert, <b>Sosyal Psikoloji</b> , Çev: Okhan Gündüz, İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2012. Shelley E. Taylor, Letitia Anne Peplau, David O. Sears, <b>Sosyal Psikoloji</b> , Çev: Ali Dönmez, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2007. Meryem Berrin Bulut (Editör), <b>Sosyal Psikoloji Kuramları I</b> , Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2021. Meryem Berrin Bulut (Editör), <b>Sosyal Psikoloji Kuramları II</b> , Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2021. Çiğdem Kağıtçıbaşı, Zeynep Cemalcılar, <b>Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar</b> , İstanbul: Evrim Yayınevi, 2014.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	% 70
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	



<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>	
<b>Course Coordination</b>	Dr.Öğr.Üyesi Emel YILMAZ
<b>Contact (e-mail)</b>	emelyilmaz@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Dr.Öğr.Üyesi Emel YILMAZ
<b>Contact (e-mail)</b>	emelyilmaz@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	ILT2007 İletişim Hukuku			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	3			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilere iletişim alanında geçerli olan yasal düzenlemeler, haklar ve sorumluluklar hakkında bilgi vermektir. Bu ders, medya ve iletişim profesyonellerinin hukuki çerçevede nasıl hareket etmeleri gerektiğini öğretmeyi amaçlamaktadır.			
Dersin İçeriği	Ders kapsamında ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü ve kişilik hakları gibi temel hukuki kavramlar incelenmektedir. Ayrıca, medya etiği, telif hakları ve dijital iletişimde yasal sorumluluklar gibi konular ele alınmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Yıldız, Sevil. Medya ve hukuk. Nobel Yayın Dağıtım, 2017. Çolak, Nusret İlker. Kitle iletişim hukuku. Seçkin Yayıncılık, 2007.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	12	12
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):89</b>			<b>Toplam Saat/25 = 4</b>	

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. İletişim alanında geçerli olan temel hukuki düzenlemeleri açıklar.</li> <li>2. İfade ve basın özgürlüğü gibi konularda hukuki sorumluluklarını tanımlar.</li> <li>3. Klasik ve dijital iletişimde karşılaşılabilecekleri hukuki sorunları tespit eder.</li> </ol>
---------------------------------	---

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Hukukun Temel Kavramları	
	2	İfade Özgürlüğü	
	3	Basın Özgürlüğü	
	4	Kişilik Hakları ve Medya	
	5	Telif Hakları ve Medya	
	6	Dijital Medya ve Hukuki Sorumluluklar	
	7	Reklam Hukuku	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Yayıncılık ve Yayın Kuruluşlarının Hukuki Sorumlulukları	
	10	Medya Etiği ve Hukuk	
	11	Kişisel Verilerin Korunması	
	12	Medyada Nefret Söylemi ve Hukuk	
	13	Medya ve Çocuk Koruma Hukuku	
	14	Uluslararası İletişim Hukuku	
	15	Güncel Hukuki Sorunlar ve Tartışmalar	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1										4	3		1	4			4
ÖÇ2										4	3		1	4			4
ÖÇ3										4	3		1	4			4
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	<a href="mailto:cozgen@marmara.edu.tr">cozgen@marmara.edu.tr</a>
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Dr. Öğretim Üyesi Zahit YILMAZ
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	<a href="mailto:zahityilmaz@marmara.edu.tr">zahityilmaz@marmara.edu.tr</a>



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	ILT2007 İletişim Hukuku			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	3			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	This course aims to provide students with academic writing skills. This course aims to improve their ability to write accurately, effectively and ethically using scientific research methods.			
<b>Course Content</b>	Within the scope of the course, the basic principles of academic writing, bibliography, citation and plagiarism avoidance are covered. In addition, students are taught how to write academic articles, reports and theses, how to conduct literature reviews and how to develop scientific arguments.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Kozak, Metin. Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri. Detay Yayıncılık, 2014.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 80	Field	% 20
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		



<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>	
<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Dr. Öğretim Üyesi Zahit YILMAZ
<b>Contact (e-mail)</b>	zahityilmaz@marmara.edu.tr





**Ders Tanımlama Formu (Türkçe)**

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	IST2031 İstatistik			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	4			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	3			
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe			
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı, öğrencilere istatistik ile ilgili teorik ve pratik bilgiler kazandırmaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>	İstatistiksel kavramlar, veri düzenleme şekilleri, istatistiksel seriler, istatistiksel yöntemler, tanımsal istatistik, merkezi eğilim ve dağılım ölçüleri konuları bu ders kapsamında incelenecektir.			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
<b>Kaynaklar</b>	-Gürsakal, N. (2012). Betimsel İstatistik, Bursa: Dora Yayınları. -Serper, Ö. (2004). Uygulamalı İstatistik 1, Bursa: Ezgi Kitabevi. -Köksal, B. A. (2003). İstatistik-Analiz Metodları, İstanbul: Çağlayan Yayınevi. -Aziz, A. (2003). Araştırma Yöntemleri Teknikleri ve İletişim, Ankara: Turhan Kitabevi.			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüz yüze			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	40 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	4	14	56
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):106</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) İstatistik bilimine ilişkin temel kavramları tanımlar.</li> <li>2) Verilerin düzenlenme şekillerini kullanır.</li> <li>3) İstatistiğin halkla ilişkiler ve reklam açısından önemini açıklar.</li> <li>4) Karar verme durumunda istatistiksel yöntemleri ne zaman ve nasıl kullanacağını tasarlar.</li> <li>5) İstatistiksel analizler sonucunda elde edilen değerleri yorumlar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	İstatistik Bilimine Giriş	
	2	İstatistiksel Kavramlar-1	
	3	İstatistiksel Kavramlar-2	
	4	İstatistiksel Kavramlar-3	
	5	Veri Düzenleme Şekilleri	
	6	İstatistiksel Seriler	
	7	Örnek Uygulamalar	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	İstatistiksel Yöntemler: Tanımsal İstatistik	
	10	Merkezi Eğilim Ölçüleri: Mod, Medyan	
	11	Merkezi Eğilim Ölçüleri: Ortalamalar-1	
	12	Merkezi Eğilim Ölçüleri: Ortalamalar-2	
	13	Dağılım Ölçüleri: Varyans, Standart Sapma, Değişim Katsayısı, Eğiklik, Basıklık	
	14	İstatistiksel Yöntemler: Çıkarımsal İstatistik	
	15	Örnek Uygulamalar	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	0	4	0	4	3	3	0	1	2	3	2	2	3	1	2	2	4
ÖÇ2	0	4	0	4	3	3	0	2	2	3	2	2	3	1	2	2	4
ÖÇ3	0	4	0	4	3	3	0	1	2	3	2	2	3	1	2	2	4
ÖÇ4	0	4	0	4	3	3	0	2	2	3	2	2	3	1	2	2	4
ÖÇ5	0	4	0	4	3	3	0	2	2	3	2	2	4	1	2	2	4
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Doç. Dr. Betül ÖZKAYA								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									betulozkaya@marmara.edu.tr								



Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	IST2031 Statistics			
Credit (ECTS)	4			
Semester	3			
Type of Course Unit	Compulsory			
Language of Instruction	Turkish			
Objectives of Course	The purpose of this course is to present the theoretical and practical information related to Statistical methods.			
Course Content	Statistical concepts, the ways of organizing data, statistical series, descriptive statistics, measure of central tendency and dispersion will be examined in this course.			
Prerequisites	There is no prerequisite for this course.			
Resources	-Gürsakal, N. (2012). Betimsel İstatistik, Bursa: Dora Yayınları. -Serper, Ö. (2004). Uygulamalı İstatistik 1, Bursa: Ezgi Kitabevi. -Köksal, B. A. (2003). İstatistik-Analiz Metodları, İstanbul: Çağlayan Yayınevi. -Aziz, A. (2003). Araştırma Yöntemleri Teknikleri ve İletişim, Ankara: Turhan Kitabevi.			
Mode of Delivery	Face-to-face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	% 70
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		40 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		60 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	4	14	56
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	3	3
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	5	5
<b>Total Work Load:106</b>		<b>Total Duration/25: 4,2</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Define basic concepts of statistics.</li> <li>2) Use the ways of organizing data.</li> <li>3) Explain the importance of statistics in terms of public relations and advertising.</li> <li>4) Design when and how to use statistical methods in situations of decision.</li> <li>5) Interpret the results of the statistical analyzes.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to the Science of Statistics	
	2	Statistical Concepts-1	
	3	Statistical Concepts-2	
	4	Statistical Concepts-3	
	5	Types of Data Editing	
	6	Statistical Series	
	7	Problem Solving	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Statistical Methods: Descriptive Statistics	
	10	Measure of Central Tendency: Mode, Median	
	11	Measure of Central Tendency: Mean-1	
	12	Measure of Central Tendency: Mean-2	
	13	Measure of Dispersion: Variance, Standard Deviation, Coefficient of Variation, Skewness, Kurtosis	
	14	Statistical Methods: Inferential Statistics	
	15	Problem Solving	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	0	4	0	4	3	3	0	1	2	3	2	2	3	1	2	2	4
<b>ÖÇ2</b>	0	4	0	4	3	3	0	2	2	3	2	2	3	1	2	2	4
<b>ÖÇ3</b>	0	4	0	4	3	3	0	1	2	3	2	2	3	1	2	2	4
<b>ÖÇ4</b>	0	4	0	4	3	3	0	2	2	3	2	2	3	1	2	2	4
<b>ÖÇ5</b>	0	4	0	4	3	3	0	2	2	3	2	2	4	1	2	2	4
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>				Prof. Dr. Ebru ÖZGEN													
<b>Contact (e-mail)</b>				eozgen@marmara.edu.tr													
<b>Lecturer of the Course</b>				Doç. Dr. Betül ÖZKAYA													
<b>Contact (e-mail)</b>				betulozkaya@marmara.edu.tr													



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT2031 İş Sağlığı ve Güvenliği			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	3			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	İş güvenliğinin sektördeki yeri ve öneminin anlaşılması ve iş güvenliği uygulamalarının iş ve günlük hayatta uygulanmasının gerekliliğinin anlaşılması, iş güvenliği kültürünün oluşturulması			
Dersin İçeriği	İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG)'nin önemi, tarihi gelişimi Endüstrideki yeri, Başarı şartları ve temel ilkeleri, İsg'de Taraflar ve görevleri, İsg'ye olumlu etki eden yönetim sistemleri, İsg ile ilgili kanunlar, yönetmelikler ve İsg kurulunun kurulması ve görevleri, Kaza, Kayıp, Kayıp kaynakları tanımları, Kaza nedenleri ve Kaza Zincirinin yorumlanması, Kazalarının Ekonomik boyutu ve Kayıp-Kontrol modelinin yorumlanması, İsg'nin değerlendirme kriterleri Kazaların ağır temelinin oluşturulması ve irdelenmesi, Meslek hastalıkları, korunma yolları ve ergonominin rolü, kazalarda ilk yardım, Çevre güvenliğini tehdit eden unsurlar, İş yeri güvenliği ve kişisel, Makinelere kişisel koruyucu donanımlar, İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi (TS-OHSAS 18001-18002) tanımı ve uygulamadaki yeri, İsg'nin Hukuki boyutu, Kaza Bildirimleri ve raporları, Risk değerlendirilmesi, genel tanımları, Risk Matrislerinin oluşturulması, Risk değerlendirilmesi ile ilgili örnek bir çalışmanın yapılması, İş sağlığı ve güvenliği (İSG) eğitiminin planlanması			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	1. KALAYCI, Hasan Tahsin, İSG Ders Notları 2. İSG Yönetmeliği 3. TS-18001, TS-18002 4. İSG Kanunu (6331 Sayılı) 5. İş Sağlığı ve Güvenliği, Prof. Dr. Nazmi BİLİR, Güneş Tıp Kitabevleri, ISBN: 9789752776418 6. İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemleri ve Risk Değerlendirme Metodolojileri, Özlem Özkılıç, Türkiye İşveren Sendikaları Yayını, Ankara 7. Essentials of health and safety at work (Fourth edition, published 2006), HSE. 8. Laboratory Safety for Chemistry Students, 2nd Edition, Robert H. Hill, Jr., David C. Finster, 2016 9. Handbook of Occupational Safety and Health, Third Edition, S. Z. Mansdorf, 2019, Wiley 10. OSHA Laboratory Safety Guidance			
Dersin Öğretim Şekli	Tartışma Rapor Hazırlama ve/veya Sunma			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	% 10	Mühendislik Bilimleri	% 30
	Eğitim Bilimleri	% 10	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	% 10	Sağlık Bilimleri	% 30
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	% 10
Değerlendirme Sistemi	Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı %	

	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	2	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	2	2	4
	Sunum Seminer Hazırlama	1	2	2
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):81</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kazaların ekonomik boyutunu bilir ve yorumlar, iş güvenliği kültürünü benimser.</li> <li>2. İSG çalışmalarını Frekans, Vahamet, Genel Kazalanma Oranı kriterlerine göre değerlendirirler, büyük projelerde üretime başlanan kaza oranlarını oluştururlar ve buna göre gerekli önlemleri alır.</li> <li>3. Risk değerlendirmesi yapmayı öğrenir</li> <li>4. İş kazasının sonuçlarını kavrayabilir</li> <li>5. İş sağlığı ve güvenliği hukukunun temel ilkelerini anlayabilir.</li> </ol>			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	İsg önemi, tarihi gelişimi	
	2	Endüstrideki yeri,	
	3	Başarı şartları ve temel ilkeleri,	
	4	İsg'de Taraflar ve görevleri, İsg'ye olumlu etki eden yönetim sistemleri,	
	5	İsg ile ilgili kanunlar, yönetmelikler ve İsg kurulunun kurulması ve görevleri,	
	6	Kaza, Kayıp, Kayıp kaynakları tanımları, Kaza nedenleri ve Kaza Zincirinin yorumlanması,	
	7	Kazalarının Ekonomik boyutu ve Kayıp-Kontrol modelinin yorumlanması,	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	İsg'nin değerlendirme kriterleri Kazaların ağır temelini oluşturulması ve irdelenmesi,	
	10	Meslek hastalıkları, Çevre güvenliğini tehdit eden unsurlar,	
11	İş yeri güvenliği ve kişisel, Makinelerde kişisel koruyucu donanımlar,		



	12	İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi (TS-OHSAS 18001-18002) tanımı ve uygulamadaki yeri,	
	13	İsg'nin Hukuki boyutu,	
	14	Kaza Bildirimleri ve raporları,	
	15	Risk değerlendirilmesi, genel tanımları, Risk Matrislerinin oluşturulması, Risk değerlendirilmesi ile ilgili örnek bir çalışmanın yapılması, İş sağlığı ve güvenliği (İSG) eğitiminin planlanması,	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	5	5										5	5	5	5	4	4
ÖÇ2	5	5				3						5	5	5	5	4	4
ÖÇ3	5	5						3				4	5	5	5	4	4
ÖÇ4	3	4										4	4	5	5	3	4
ÖÇ5	5	5										5	5	5	5	3	4

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	cozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Dr. Öğr. Üyesi Gürcan ATAKÖK
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	<a href="mailto:gatakok@marmara.edu.tr">gatakok@marmara.edu.tr</a>



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2031 Occupational Health and Safety			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	3			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	Understanding the place and importance of occupational safety in the sector and the necessity of applying occupational safety practices in business and daily life, creating a culture of occupational safety			
<b>Course Content</b>	The importance of Occupational Health and Safety (OHS), its historical development, its place in the industry, its success conditions and basic principles, the Parties and their duties in OHS, management systems that have a positive impact on OSH, laws and regulations regarding Occupational Health and the establishment and duties of the Occupational Board. , Definitions of Accident, Loss, Loss Sources, Accident Causes and Interpretation of Accident Chain, Economic Dimension of Accidents and Interpretation of Loss-Control Model, OHS evaluation criteria, Establishing and examining the heavy basis of accidents, Occupational diseases, prevention methods and the role of ergonomics, first aid in accidents , Elements that threaten environmental safety, Workplace safety and personal, Personal protective equipment in machines, Occupational Health and Safety Management System (TS-OHSAS 18001-18002) definition and its place in practice, Legal dimension of OHS, Accident Notifications and reports, Risk assessment , general definitions, Creating Risk Matrices, Conducting a sample study on risk assessment, Planning occupational health and safety (OHS) training			
<b>Prerequisites</b>				
<b>Resources</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. KALAYCI, Hasan Tahsin, İSG Ders Notları</li> <li>2. İSG Yönetmeliği</li> <li>3. TS-18001,TS-18002</li> <li>4. İSG Kanunu (6331 Sayılı)</li> <li>5. İş Sağlığı ve Güvenliği, Prof. Dr. Nazmi BİLİR, Güneş Tıp Kitabevleri, ISBN: 9789752776418</li> <li>6. İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemleri ve Risk Değerlendirme Metodolojileri, Özlem Özkılıç, Türkiye İşveren Sendikaları Yayını, Ankara</li> <li>7. Essentials of health and safety at work (Fourth edition, published 2006), HSE.</li> <li>8. Laboratory Safety for Chemistry Students, 2nd Edition, Robert H. Hill, Jr., David C. Finster, 2016</li> <li>9. Handbook of Occupational Safety and Health, Third Edition, S. Z. Mansdorf, 2019, Wiley</li> <li>10. OSHA Laboratory Safety Guidance</li> </ol>			
<b>Mode of Delivery</b>	Verbal lecture Report Preparation and/or Presentation			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	% 10	Engineering	% 30
	Education	% 10	Science	%
	Engineering Design	% 10	Health	% 30

	Social Sciences	%	Field	% 10
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	2		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	2	2	4
	Presentation	1	2	2
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:81</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Knows and interprets the economic dimension of accidents and adopts the occupational safety culture.</li> <li>2. They evaluate OHS studies according to Frequency, Severity, General Accident Rate criteria, establish accident rates in large projects that start production and take the necessary precautions accordingly.</li> <li>3. Learns to make risk assessment</li> <li>4. Can understand the consequences of work accidents</li> <li>5. Can understand the basic principles of occupational health and safety law.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Importance of ISG, historical development	
	2	Its place in the industry	
	3	Success conditions and basic principles,	
	4	Parties and their duties in OSH, management systems that have a positive impact on OHS,	
	5	Laws, regulations and the establishment and duties of the Occupational Health and Safety Board,	
	6	Accident, Loss, Loss sources definitions, Accident causes and Accident Chain interpretation,	
	7	Economic dimension of accidents and interpretation of the Loss-Control model,	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Evaluation criteria of ISG Establishing and examining the serious basis of accidents,	

	10	Occupational diseases, factors that threaten environmental safety,	
	11	Workplace safety and personal, Personal protective equipment in machines,	
	12	Definition of Occupational Health and Safety Management System (TS-OHSAS 18001-18002) and its place in practice,	
	13	Legal dimension of ISG,	
	14	Accident Notifications and reports,	
	15	Risk assessment, general definitions, Creation of Risk Matrices, Conducting a sample study on risk assessment, Planning occupational health and safety (OHS) training,	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	5	5										5	5	5	5	4	4
ÖÇ2	5	5				3						5	5	5	5	4	4
ÖÇ3	5	5						3					4	5	5	5	4
ÖÇ4	3	4										4	4	5	5	3	4
ÖÇ5	5	5										5	5	5	5	3	4

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Asst. Prof. Dr. Gürcan ATAKÖK
<b>Contact (e-mail)</b>	<a href="mailto:gatakok@marmara.edu.tr">gatakok@marmara.edu.tr</a>



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	HIT2033 Sanat Tarihi			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	3			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	3			
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe			
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı, sanat tarihinin temel kavramlarını, dönemlerini ve önemli eserlerini inceleyerek öğrencilerin sanatın tarihsel gelişimini anlamalarını sağlamaktır. Ayrıca, sanatın toplumsal ve kültürel bağlam içindeki rolünü değerlendirmek ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmektir.			
<b>Dersin İçeriği</b>	Sanat tarihi disiplini ve yöntemleri; Prehistorik sanat; Antik Yunan ve Roma sanatı; Ortaçağ sanatı; Rönesans sanatı; Barok ve Rokoko sanatı; 19. ve 20. yüzyıl sanat hareketleri; Modern ve Çağdaş sanat.			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
<b>Kaynaklar</b>	Gombrich, E. H. (2007). Sanatın Öyküsü. Remzi Kitabevi. Honour, H., & Fleming, J. (2005). Sanat Tarihi. İnkılap Kitabevi. Adams, L. S. (2011). Sanatın Temelleri. Phoenix Yayınevi.			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüz yüze			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%40	Alan Bilgisi	60
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	40 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <p>1-Sanat tarihinin temel kavramlarını ve yöntemlerini açıklar.</p> <p>2-Farklı sanat dönemlerinin karakteristik özelliklerini tanımlar.</p> <p>3-Sanat eserlerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.</p> <p>4-Sanatın tarihsel gelişimini toplumsal ve kültürel bağlam içinde analiz eder.</p>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Sanat tarihi disiplini ve yöntemleri	
	2	Prehistorik sanat	
	3	Antik Yunan ve Roma sanatı	
	4	Ortaçağ sanatı	
	5	Rönesans sanatı	
	6	Barok ve Rokoko sanatı	
	7	19. yüzyıl sanat hareketleri	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	20. yüzyıl sanat hareketleri	
	10	Modern sanat	
	11	Çağdaş sanat	
	12	Sanat eserlerinin eleştirisi	
	13	Sanat ve toplumsal bağlam	
	14	Sanat ve kültürel bağlam	
	15	Öğrenci çalışmaları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
ÖÇ1	3	2	3	3	3	3	1	2	1	2	4	4	4	5	1
ÖÇ2	2	0	0	4	4	1	3	3	1	5	0	3	2	5	1
ÖÇ3	4	3	3	3	3	5	3	2	1	2	4	3	2	5	1
ÖÇ4	2	0	0	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	1
ÖÇ5															

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Dr. Özgenur Reyhan KURTULDU
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	ozgenur.kurtuldu@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2033 Art History			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	3			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of this course is to examine the basic concepts, periods, and important works of art history, enabling students to understand the historical development of art. Additionally, it aims to evaluate the role of art in social and cultural contexts and to develop critical thinking skills.			
<b>Course Content</b>	Art history discipline and methods; Prehistoric art; Ancient Greek and Roman art; Medieval art; Renaissance art; Baroque and Rococo art; 19th and 20th century art movements; Modern and Contemporary art.			
<b>Prerequisites</b>	This course has no prerequisites.			
<b>Resources</b>	Gombrich, E. H. (2007). The Story of Art. Remzi Publishing. Honour, H., & Fleming, J. (2005). Art History. Inkilap Publishing. Adams, L. S. (2011). The Fundamentals of Art. Phoenix Publishing.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 40	Field	% 60
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	40 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	60 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		



<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Outcomes</b>	<b>Learning</b>	After completing this course, the students should be able to: 1- Explain the basic concepts and methods of art history. 2- Identifies the characteristic features of different art periods. 3- Evaluates art works from a critical perspective. 4- Analyzes the historical development of art in a social and cultural context.		

<b>Weekly Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Art history discipline and methods	
	2	Prehistoric art	
	3	Ancient Greek and Roman art	
	4	Medieval art	
	5	Renaissance art	
	6	Baroque and Rococo art	
	7	19th century art movements	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	20th century art movements	
	10	Modern art	
	11	Contemporary art	
	12	Critique of art works	
	13	Art and social context	
	14	Art and cultural context	
	15	Student works	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
ÖÇ1	3	2	3	3	3	3	1	2	1	2	4	4	4	5	1
ÖÇ2	2	0	0	4	4	1	3	3	1	5	0	3	2	5	1
ÖÇ3	4	3	3	3	3	5	3	2	1	2	4	3	2	5	1
ÖÇ4	2	0	0	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	1
ÖÇ5															

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Dr. Özenur Reyhan KURTULDU
<b>Contact (e-mail)</b>	ozgenur.kurtuldu@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT2035 Siyasal İletişim			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	3			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Siyasal iletişim ilişkin kavramlar ve kuramlar incelenerek, siyasal iletişim alanındaki uzmanlaşmanın siyasal kampanyalar, siyasal pazarlama, siyasal halkla ilişkiler siyasal reklamlar vb. üzerindeki etkisini ortaya koymak amaçlanmaktadır.			
Dersin İçeriği	Dersin içeriğini, siyasal iletişim ilişkin kavramsal ve kuramsal yapı ile siyasal iletişimin uygulama alanı olan, siyasal halkla ilişkiler, siyasal reklam, propaganda, kamu diplomasi vb. alanların karakteri ve örnek olaylar oluşturmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	Uztuğ, F. (2004). Siyasal İletişim Yönetimi. İstanbul: Mediacat Kitapları 2004 Anık, C. (2016). Siyasal İkna. İstanbul: Der Yayınları Yiğitbaşı, K. G. ve Soncu, A. G (Ed), (2018). Siyasal Dilin Satır Arası. Konya: Çizgi Yayınevi.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%20	Alan Bilgisi	%80
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Siyasal iletişime ilişkin kavramlar ve kuramları karşılaştırır.</li> <li>2. Siyasal iletişim konusunda uzmanlaşır ve siyasal kampanya yürütür.</li> <li>3. Siyasal danışmanlık yapabilir.</li> <li>4. Siyasal mesaj oluşturur ve siyasal mesajları analiz eder.</li> <li>5. Medya, siyaset ve meşruiyet ilişkisini analiz eder.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Siyaset kavramı	
	2	Siyasete temel yaklaşımlar	
	3	Kavramlar: Millet, halk, kamu, kamuoyu, cemaat, cemiyet, uluslararası kamuoyu	
	4	Devlet teorileri ve tipleri	
	5	Siyasal partiler ve STK'lar	
	6	Siyasal kültür	
	7	Siyasal iletişim tanımı ve türleri	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Liderlik	
	10	Siyasal halkla ilişkiler	
	11	Siyasal reklam	
	12	Propaganda	
	13	Kamu diplomasisi	
	14	Lobicilik	
	15	Küreselleşme ve siyasal iletişim	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2	3	5	3	5	4	5	3	5	5	4	4	2	5	2	4	5
ÖÇ2	3	4	5	3	5	4	5	3	5	4	4	4	2	5	2	4	5
ÖÇ3	2	3	5	3	5	5	5	3	4	3	5	4	2	5	2	4	5
ÖÇ4	2	3	5	3	5	5	5	3	4	3	4	5	2	5	2	4	5
ÖÇ5	2	4	5	3	5	5	5	2	4	2	5	2	1	5	1	5	5
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkanı)								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Doç. Dr. Ayşe Gül SONCU								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									asoncu@marmara.edu.tr								



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2035 Political Communication			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	3			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	It is aimed to examine the concepts and theories related to political communication and to reveal the effect of specialization in the field of political communication on political campaigns, political marketing, political public relations and political advertisements etc.			
<b>Course Content</b>	The content of the course consists of the conceptual and theoretical structure of political communication, the character and case studies of the fields of political public relations, political advertising, propaganda and public diplomacy etc. which are the application areas of political communication.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	Uztuğ, F. (2004). Siyasal İletişim Yönetimi. İstanbul: Mediacat Kitapları 2004 Anık, C. (2016). Siyasal İkna. İstanbul: Der Yayınları Yiğitbaşı, K. G. ve Soncu, A. G (Ed), (2018). Siyasal Dilin Satır Arası. Konya: Çizgi Yayınevi.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 20	Field	%80
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:75</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compare the concepts and theories of political communication.</li> <li>2. Specialize in political communication and can conduct political campaigns.</li> <li>3. Perform political consultancy.</li> <li>4. Create political messages and analyzes political messages.</li> <li>5. Analyze the relationship between media, politics and legitimacy.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Concept of politics	
	2	Basic approaches to politics	
	3	Concepts: Nation, people, public, public opinion, community, society, international public opinion	
	4	Theories and types of State	
	5	Political parties and NGOs	
	6	Political culture	
	7	Definition and types of political communication	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Leadership	
	10	Political public relations	
	11	Political advertising	
	12	Propaganda	
	13	Public diplomacy	
	14	Lobbying	
	15	Globalization and political communication	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2	3	5	3	5	4	5	3	5	5	4	4	2	5	2	4	5
ÖÇ2	3	4	5	3	5	4	5	3	5	4	4	4	2	5	2	4	5
ÖÇ3	2	3	5	3	5	5	5	3	4	3	5	4	2	5	2	4	5
ÖÇ4	2	3	5	3	5	5	5	3	4	3	4	5	2	5	2	4	5
ÖÇ5	2	4	5	3	5	5	5	2	4	2	5	2	1	5	1	5	5
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru ÖZGEN (Head of Department of Public Relations and Publicity)															
<b>Contact (e-mail)</b>		eozgen@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Assoc. Prof. Dr. Ayşe Gül SONCU															
<b>Contact (e-mail)</b>		asoncu@marmara.edu.tr															





## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT2037 Sunum Teknikleri			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	3			
Dersin Türü	Bölüm Seçimlik			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Günümüz profesyonel iş yaşamında ve topluluk karşısında güçlü iletişim özelliklerini ve sunum becerilerini kullanarak anlatım gerçekleştirmek son derece önemlidir. Kişinin kendini en iyi şekilde ifade etmesini sağlayacak özellikleri öğrenmek, sunum biçimi, içeriği ve yöntemini bilimsel çerçevede ele alarak öğrencilerle paylaşmak bu dersin temel amacını oluşturmaktadır.			
Dersin İçeriği	Sözlü ve sözsüz iletişimin sunumda etkin kullanımı, dijital programlarla sunumu zenginleştirme, sunuma içerik açısından ve psikolojik açıdan hazırlanma, iyi ve kötü sunum örneklerini karşılaştırma, öğrencilere sunum hazırlatma ve yaptırma.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	1) Halkla İlişkilerde Etkili Konuşma ve Sunum Teknikleri – Dr. Feride Akım – Der Yayınları- 2014 2) Sunum Atölyesi – H. Handan Öztürk – Ray Yayıncılık – 2015 3) Fark Yaratan Sunumlar- Alper Rozanes – Kuraldışı Yayınları – 2019			
Dersin Öğretim Şekli	Örgün			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Etkili bir sunum için etkili iletişim yöntemlerini kullanır.</li> <li>2. Sunumu güçlendiren beden dili öğelerini etkin olarak kullanır.</li> <li>3. Sunum içeriğini planlar, hazırlar ve aktarır.</li> <li>4. Sunum ortamına dair çalışmalarını bilir ve uygular.</li> <li>5. Sunum tekniklerinde kullanılan dijital programları kullanır.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	İletişim Nedir?	
	2	Dijitalleşen Dünyada Değişen İletişim	
	3	Sunum Nedir? Niçin İhtiyaç Duyarız?	
	4	İletişim ve Sunum İlişkisi	
	5	Beden Dili ve Sunum İlişkisi	
	6	Etkin Dil Kullanımı ve Güçlü Metin Yazarlığı	
	7	Sınav Öncesi Hazırlık ve Örnekler	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Sunum İçeriği Hazırlama	
	10	Sunum Planlamaları Yapma	
	11	Sunum Öncesi Ortam Hazırlığı	
	12	Sunum Öncesi Bireysel ve Psikolojik Hazırlık	
	13	Sunumlarda Kullanılan Dijital Programlar	
	14	İyi ve Kötü Sunum İncelemeleri	
	15	Öğrenci Sunum Örnekleri	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	5	3	4	3	5	3	4	4	5	5	3	3	4	5	4	5
ÖÇ2	4	3	4	5	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	3
ÖÇ3	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3	5	5	4	3	5	3	5
ÖÇ4	3	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4
ÖÇ5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									-								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									-								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Dr. Öğrt. Üyesi Rafet Aykut AKAY								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									rakay@marmara.edu.tr								



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2037 Presentation Techniques			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	3			
<b>Type of Course Unit</b>	Department Optional			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	In today's professional business life and in front of the public, it is extremely important to express using strong communication skills and presentation skills. The main purpose of this course is to learn the characteristics that will enable a person to express himself in the best way, and to share the presentation format, content and method with students by considering it within a scientific framework.			
<b>Course Content</b>	Effective use of verbal and non-verbal communication in presentation, enriching the presentation with digital programs, preparing for the presentation in terms of content and psychological aspects, comparing good and bad presentation examples, having students prepare and make presentations.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	4) Halkla İlişkilerde Etkili Konuşma ve Sunum Teknikleri – Dr. Feride Akım – Der Publishing- 2014 5) Sunum Atölyesi – H. Handan Öztürk – Ray Publishing – 2015 6) Fark Yaratan Sunumlar- Alper Rozanes – Kuraldışı Publishin – 2019			
<b>Mode of Delivery</b>	Formal Education			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		10 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		60 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Use effective communication methods for an effective presentation.</li> <li>2. Effectively use body language elements that strengthen the presentation.</li> <li>3. Plans, prepares and transfers presentation content.</li> <li>4. Know and applies the works related to the presentation environment.</li> <li>5. Use digital programs used in presentation techniques.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	What is communication?	
	2	Changing Communication in a Digitalizing World	
	3	What is presentation? Why do we need it?	
	4	Communication and presentation connection	
	5	Body language and presentation connection	
	6	Effective using language and strong copywriting	
	7	Pre-exam preparation and examples	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Preparing presentation content	
	10	Making presentation plans	
	11	Pre-presentation environment preparation	
	12	Individual and psychological preparation before presentation	
	13	Digital programs used in presentations	
	14	Good and bad presentation reviews	
	15	Students presentation examples	
16	<b>Final Exam</b>		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	<b>P01</b>	<b>P02</b>	<b>P03</b>	<b>P04</b>	<b>P05</b>	<b>P06</b>	<b>P07</b>	<b>P08</b>	<b>P09</b>	<b>P10</b>	<b>P11</b>	<b>P12</b>	<b>P13</b>	<b>P14</b>	<b>P15</b>	<b>P16</b>	<b>P17</b>
<b>ÖÇ1</b>	3	5	3	4	3	5	3	4	4	5	5	3	3	4	5	4	5
<b>ÖÇ2</b>	4	3	4	5	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	3
<b>ÖÇ3</b>	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3	5	5	4	3	5	3	5
<b>ÖÇ4</b>	3	5	3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	3	5	4

<b>ÖÇ5</b>	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru ÖZGEN															
<b>Contact (e-mail)</b>		eozgen@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Asst. Prof. Dr. Rafet Aykut AKAY															
<b>Contact (e-mail)</b>		rakay@marmara.edu.tr															



Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	COMM2008 Research Methods in Social Sciences (Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri)			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	4			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, sosyal medya araştırmaları bağlamında hem nitel hem de nicel araştırma tasarımlarına odaklanarak, öğrencileri sosyal bilimlerde kullanılan araştırma yöntemleri hakkında kapsamlı bir anlayışla donatmaktır. Araştırma etiğinin titizlikle incelenmesi yoluyla, öğrenciler sosyal bilim araştırmalarının doğasında bulunan etik hususları yönlendirme becerisini geliştireceklerdir. Nitel ve nicel araştırma metodolojilerinin inceliklerini inceleyerek içerik analizi, söylem analizi, semiyoloji, anketler, derinlemesine görüşmeler, gözlemsel yöntemler ve deneysel tasarım gibi tekniklerde yetkinlik kazanacaklardır.			
Dersin İçeriği	Araştırma sorusu, literatür taraması, araştırma etiği, nitel ve nicel araştırma yöntem ve teknikleri			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Jensen, K. B. (Ed.). (2002). A handbook of media and communication research. London: Routledge. Berger, A. A. (2018). Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches. Sage Publications.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%50	Alan Bilgisi	%50
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50%	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20%	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	30 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	3	42
	Ödevler	1	5	5
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	4	4
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
	<b>Toplam İş Yüğü (saat): 98</b>			98/25 = 4

Dersin Öğrenim Çıktıları	Bu dersi tamamlayan öğrenci:		
		1. Araştırma sorusu ve hipotez oluşturur. 2. Nitel ve nicel araştırma yöntem ve tekniklerini tanımlar. 3. Araştırma sorusuna uygun yöntem ve teknikleri seçer. 4. Araştırma proje önerisi üretir.	
Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Yönteme Giriş	
	2	Alan Yazın Taraması ve Araştırma Etiği	
	3	Araştırma konusu, araştırma sorusu ve hipotez	
	4	Toplumsal Araştırma Türleri (Nitel, Nitel ve Karma Desen)	
	5	İçerik Analizi	
	6	Söylem Analizi	
	7	Göstergebilim	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Anket	
	10	Derinlemesine Görüşme ve Odak Grup	
	11	Gözlemsel Yöntemler: Etnografi ve Netnografi	
	12	Deneyisel Çalışmalar: Göz İzleme Araştırmaları	
	13	Deneyisel Çalışmalar: Oz Büyücüsü Yöntemi ve İnsan-Makine İletişimi	
14	Araştırma Etiği		



		15	Öğrenci araştırma proje önerisi sunumları															
		16	YARIYIL SONU SINAVI															
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>																		
		<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>P6</b>	<b>P7</b>	<b>P8</b>	<b>P9</b>	<b>P10</b>	<b>P11</b>	<b>P12</b>	<b>P13</b>	<b>P14</b>	<b>P15</b>	<b>P16</b>	<b>P17</b>
<b>ÖÇ1</b>		3	3	1	4	1	1	1	1	2	4	2	3	4	4	3	3	3
<b>ÖÇ2</b>		4	2	1	3	1	1	1	1	3	5	2	3	4	5	3	3	3
<b>ÖÇ3</b>		4	2	1	3	1	1	1	1	3	5	2	3	4	5	3	3	3
<b>ÖÇ4</b>		4	2	1	3	1	1	1	1	3	5	2	3	4	5	3	3	3
<b>ÖÇ5</b>																		
		<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																
<b>Dersin Koordinatörü</b>		Prof. Dr. Ebru ÖZGEN																
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>		eozgen@marmara.edu.tr																
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanı</b>		Doç. Dr. Bilge ŞENYÜZ																
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>		bilge.senyuz@marmara.edu.tr																



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	COMM2008 Research Methods in Social Sciences			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	4			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of this course is to equip students with a comprehensive understanding of research methods used in the social sciences, focusing on both qualitative and quantitative research designs in the context of social media research. Through a rigorous examination of research ethics, students will develop the ability to navigate the ethical considerations inherent in social science research. By examining the intricacies of qualitative and quantitative research methodologies, students will gain proficiency in techniques such as content analysis, discourse analysis, semiology, surveys, in-depth interviews, observational methods, and experimental design.			
<b>Course Content</b>	Research question, literature review, research ethics, qualitative and quantitative research methods and techniques			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Jensen, K. B. (Ed.). (2002). A handbook of media and communication research. London: Routledge. Berger, A. A. (2018). Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches. Sage Publications.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	50%	Field	50%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	30 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	3	42
	Assignments	1	5	5
	Presentation			
	Mid-terms	1	4	4
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	5	5
	<b>Total Work Load:98</b>		<b>98/25:4</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formulate a research question and hypothesis.</li> <li>2. Defines qualitative and quantitative research methods and techniques.</li> <li>3. Select appropriate methods and techniques for the research question.</li> <li>4. Produce a research project proposal.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Research and Methodology in Social Sciences	
	2	Literature Review and Research Ethics	
	3	Research topic, research question and hypothesis	
	4	Types of Social Research (Quantitative, Qualitative and Mixed Design)	
	5	Content Analysis	
	6	Discourse Analysis	
	7	Semiotics	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Survey	
	10	In-depth Interview and Focus Group	
	11	Observational Methods: Ethnography and Netnography	
	12	Experimental Studies Eye Tracking Research	
	13	Experimental Studies The Wizard of Oz Method and Human-Machine Communication	
	14	Research Ethics	
	15	Student Research Project Proposals	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	3	1	4	1	1	1	1	2	4	2	3	4	4	3	3	3
ÖÇ2	4	2	1	3	1	1	1	1	3	5	2	3	4	5	3	3	3
ÖÇ3	4	2	1	3	1	1	1	1	3	5	2	3	4	5	3	3	3
ÖÇ4	4	2	1	3	1	1	1	1	3	5	2	3	4	5	3	3	3
ÖÇ5																	
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>				Prof. Dr. Ebru ÖZGEN													
<b>Contact (e-mail)</b>				eozgen@marmara.edu.tr													
<b>Lecturer of the Course</b>				Assoc. Prof. Dr. Bilge ŞENYÜZ													
<b>Contact (e-mail)</b>				bilge.senyuz@marmara.edu.tr													



### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT2008 Eleştirel Teori ve Eleştirel Okuma			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	4			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Ders, eleştirel teorinin tüm boyutlarıyla ele alınmasını amaçlamaktadır. İçerik de ilgili yaklaşımların iletişim araştırmaları bağlamında yeri ve önemini ortaya koyacak biçimde şekillendirilmiştir.			
Dersin İçeriği	Ders kapsamında eleştirel teori içerisinde yer alan ekoller kesişen ve farklılaşan yönleriyle detaylıca anlatılmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tekinalp, Şermin ve Ruhdan Uzun (2009). İletişim Araştırmaları ve Kuramları. İstanbul: Beta Yayınları.</li><li>- Güngör, Nazife (2011). İletişim Kuram ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.</li><li>- Yaylagül, Levent (2013). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot Yayınları.</li><li>- Chomsky, Noam (2008). Medya Denetimi. İstanbul: Everest Yayınları.</li><li>- Kızılkılıç, Sezgin (2008). Frankfurt Okulu. Ankara: Anı Yayıncılık.</li><li>- Rigel, Nurdoğan vd. (2005). Kadife Karanlık. İstanbul: Su Yayınevi.</li><li>- Batuş, Gül vd. (2011). Kadife Karanlık 2. İstanbul: Su Yayınevi.</li></ul>			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	2	28
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	10	2	20
	Sunum Seminer Hazırlama	10	2	20
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
<b>Toplam İş Yüğü (saat):100</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- İletişim alanındaki eleştirel kuramları açıklar.</li> <li>2- Kuramlar arasındaki farklılıkları tanımlar.</li> <li>3- İletişim içeriklerini eleştirel biçimde inceler.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Dersin Tanıtımı ve Eleştirel Teoriye Giriş	
	2	İletişim Kuramlarında Eleştirel Yaklaşımlar	
	3	Frankfurt Okulu	
	4	Frankfurt Okulu	
	5	Hegemonya: Antonio Gramsci	
	6	Devletin İdeolojik Aygıtları: Louis Althusser	
	7	Kültürel Çalışmalar	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Kültürel Çalışmalar	
	10	Ekonomi Politik Yaklaşım – Amerika	
	11	Ekonomi Politik Yaklaşım – Amerika	
	12	Ekonomi Politik Yaklaşım – Avrupa	
	13	Postmodernizm - Medya İlişkileri	
	14	Postmodernizm - Medya İlişkileri	
	15	Genel Değerlendirme	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4
ÖÇ2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
ÖÇ3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doç. Dr. Samet KAVOĞLU
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	<a href="mailto:samet.kavoglu@marmara.edu.tr">samet.kavoglu@marmara.edu.tr</a>
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Samet KAVOĞLU
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	<a href="mailto:samet.kavoglu@marmara.edu.tr">samet.kavoglu@marmara.edu.tr</a>



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2008 Critical Theory and Critical Reading			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	4			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The course aims to cover critical theory in all its dimensions. The content has been shaped to reveal the place and importance of the relevant approaches in the context of communication research.			
<b>Course Content</b>	Within the scope of the course, schools within critical theory are explained in detail with their intersecting and differentiating aspects.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tekinalp, Şermin ve Ruhdan Uzun (2009). İletişim Araştırmaları ve Kuramları. İstanbul: Beta Yayınları.</li><li>- Güngör, Nazife (2011). İletişim Kuram ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.</li><li>- Yaylagül, Levent (2013). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot Yayınları.</li><li>- Chomsky, Noam (2008). Medya Denetimi. İstanbul: Everest Yayınları.</li><li>- Kızılkılıç, Sezgin (2008). Frankfurt Okulu. Ankara: Anı Yayıncılık.</li><li>- Rigel, Nurdoğan vd. (2005). Kadife Karanlık. İstanbul: Su Yayınevi.</li><li>- Batuş, Gül vd. (2011). Kadife Karanlık 2. İstanbul: Su Yayınevi.</li></ul>			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		40 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		60 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	





ÖÇ5																			
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																			
<b>Course Coordination</b>										Doç. Dr. Samet KAVOĞLU									
<b>Contact (e-mail)</b>										<a href="mailto:samet.kavoglu@marmara.edu.tr">samet.kavoglu@marmara.edu.tr</a>									
<b>Lecturer of the Course</b>										Doç. Dr. Samet KAVOĞLU									
<b>Contact (e-mail)</b>										<a href="mailto:samet.kavoglu@marmara.edu.tr">samet.kavoglu@marmara.edu.tr</a>									





## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT2010 Felsefe			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	4			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilere felsefi düşüncenin temellerini ve evrimini, özellikle eski çağ felsefesi ve ahlak felsefesi bağlamında tanıtmayı amaçlamaktadır. Öğrenciler, bu ders sayesinde felsefenin temel kavramlarını, önemli filozofların düşüncelerini ve felsefenin günümüz dünyasındaki etkilerini derinlemesine anlayacaklardır. Felsefi düşüncenin doğuşu ve gelişimi ile birlikte ahlaki değerler ve etik karar verme süreçlerinin anlaşılması da kursun hedefleri arasındadır. Aynı zamanda sosyal ve kültürel konulara derinlemesine bir perspektif kazandırarak öğrencilere mesleki pratiklerinde etik ve sorumlu kararlar alma konusunda yardımcı olmayı hedeflemektedir.			
Dersin İçeriği	Bu ders, felsefenin tanımı ve kapsamı ile başlayarak, felsefi düşüncenin temellerini ve evrimini inceler. Antik çağ ve Orta çağ felsefesine odaklanarak, önemli filozofların görüşlerini ve bu görüşlerin günümüz dünyasına etkilerini araştırır. Felsefi kavramların derinlemesine analizi yapılır ve bu kavramlar modern sorunlara uyarlanarak tartışmalar gerçekleştirilir. Öğrenciler, felsefi tartışmalar ve münazaralar yoluyla eleştirel düşünme becerilerini geliştirir. Yazılı ve sözlü sunumlar ile değerlendirmeler de dersin bir parçasıdır.			
Dersin Ön Koşulları	Yok			
Kaynaklar	Umberto Eco ,& Riccardo Fedriga, 2023, Felsefe Tarihi, Alfa Yayıncılık Naomi Zack, 2019, A'dan Z'ye Felsefe, Antik Yunan'dan Postmodern Döneme Felsefe Tarihi, Say Yayınları, Selahattin Hilav, 2022, Felsefe El Kitabı, Yapı Kredi Yayınları Nigel Warburton, 2016, Felsefeye Giriş, Alfa Yayınları Ahmet Cevizci, 2022, Felsefe Tarihi, Thales'den Baudrillard'a, Say Yayınları Ahmet Arslan, 2006, İlk Çağ Felsefe Tarihi 1, Socrates Öncesi Yunan Felsefesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları Peter Gibson, 2021, Antik Yunan'dan Post Modernist Döneme Kadar Felsefenin Kısa Tarihi, Ketebe Yayıncılık Will Durant, 2014, Felsefenin Öyküsü, İz Yayıncılık			
Dersin Öğretim Şekli	Uzaktan Eğitim			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	% 100	Alan Bilgisi	%
Dersin Değerlendirme Sistemi	Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı %	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			

	Devam			
	Uygulama			
	Sunum			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	12	12
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):90</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:			
	1-Temel felsefi kavramları ve felsefi düşüncenin doğasını tanımlar ve açıklar.			
	2-Eskiçağ ve Ortaçağ felsefesinin temel felsefi fikirlerini tanımlar ve analiz eder.			
	3-Eskiçağ ve Ortaçağ düşünürlerinin ele aldığı felsefi soruları ve cevapları eleştirel bir şekilde değerlendirir.			
	4-Felsefi metinlerin incelenmesi yoluyla eleştirel düşünme ve analitik becerilerini geliştirir.			
	5-Felsefi konularda iyi yapılandırılmış yazılı ve sözlü sunumlar hazırlar.			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Felsefenin Tanımı ve Kapsamı	
	2	Felsefenin Günlük Yaşamdaki Önemi	
	3	Antik Yunan Felsefesine Giriş	
	4	Doğa Felsefesi- Presokratikler	
	5	Socrates	
	6	Platon	
	7	Aristoteles	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Helenistik Dönem Felsefesi- Epiküros, Stoacı Görüş	
	10	Şüphencilik	
	11	Sosyal Medya ve Bilgi Felsefesi- Teknoloji ve Yapay Zeka Etiği	
	12	Sunumlar	
13	Ortaçağ Felsefesi		

	14	Augustinus	
	15	Genel Tekrar	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	4	5	3	4	4	5	2	1	3	3	5	4	3	2	2	1	1
<b>ÖÇ2</b>	5	4	3	5	5	4	2	1	3	4	5	5	2	2	1	2	2
<b>ÖÇ3</b>	5	5	5	4	5	4	3	2	2	4	4	5	2	2	1	1	3
<b>ÖÇ4</b>	4	5	5	5	5	3	4	2	2	4	4	3	2	3	2	1	2
<b>ÖÇ5</b>	5	5	5	4	5	3	5	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doçent Dr. Elif Başak Sarıoğlu
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	esarioglu@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Elif Başak Sarıoğlu
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	esarioglu@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2010 Philosophy			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	4			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory/Required			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	This course aims to introduce students to the foundations and evolution of philosophical thought, particularly in the context of ancient philosophy and moral philosophy. Through this course, students will gain an in-depth understanding of the fundamental concepts of philosophy, the ideas of significant philosophers, and the impact of philosophy on the modern world. The course also aims to foster an understanding of the origins and development of philosophical thinking, as well as the comprehension of moral values and ethical decision-making processes. Additionally, it seeks to provide students with a profound perspective on social and cultural issues, aiding them in making ethical and responsible decisions in their professional practices.			
<b>Course Content</b>	This course begins with the definition and scope of philosophy, examining the foundations and evolution of philosophical thought. It focuses on Ancient and Medieval philosophy, exploring the ideas of significant philosophers and their impact on the modern world. The course includes an in-depth analysis of philosophical concepts and applies these concepts to contemporary issues through discussions. Students will develop critical thinking skills through philosophical debates and discussions. Written and oral presentations, as well as assessments, are also part of the course.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	Umberto Eco & Riccardo Fedriga, 2023, <b>History of Philosophy</b> , Alfa Publishing Naomi Zack, 2019, <b>Philosophy from A to Z</b> , <b>History of Philosophy from Ancient Greece to the Postmodern Era</b> , Say Publishing Selahattin Hilav, 2022, <b>Philosophy Handbook</b> , Yapı Kredi Publishing Nigel Warburton, 2016, <b>Introduction to Philosophy</b> , Alfa Publishing Ahmet Cevizci, 2022, <b>History of Philosophy, From Thales to Baudrillard</b> , Say Publishing Ahmet Arslan, 2006, <b>History of Ancient Philosophy 1, Pre-Socratic Greek Philosophy</b> , İstanbul Bilgi University Publishing Peter Gibson, 2021, <b>A Brief History of Philosophy from Ancient Greece to the Postmodern Era</b> , Ketebe Publishing Will Durant, 2014, <b>The Story of Philosophy</b> , İz Publishing			
<b>Mode of Delivery</b>	Distance Learning			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Presentation			

	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments			
	Presentation	1	4	4
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:79</b>		<b>Total Duration/25: 3,16</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <p>1-Defines and explains basic philosophical concepts and the nature of philosophical thought.</p> <p>2- Recognize and analyze the basic philosophical ideas of ancient and medieval philosophy.</p> <p>3-To critically evaluate philosophical questions and answers addressed by ancient and medieval thinkers.</p> <p>4-Develops critical thinking and analytical skills through the analysis of philosophical texts.</p> <p>5-Prepare well-structured written and oral presentations on philosophical topics.</p>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Definition and Scope of Philosophy	
	2	The Importance of Philosophy in Daily Life	
	3	Introduction to Ancient Greek Philosophy	
	4	Natural Philosophy - Pre-Socratics	
	5	Socrates	
	6	Plato	
	7	Aristotle	
	8	MIDTERM EXAM	
	9	Hellenistic Philosophy - Epicurus, Stoic Views	
	10	Skepticism	
	11	Social Media and Philosophy of Information - Technology and Artificial Intelligence Ethics	
	12	Presentations	
	13	Medieval Philosophy	
	14	Augustine	
	15	General Review	
16	<b>Final Exam</b>		



**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	5	3	4	4	5	2	1	3	3	5	4	3	2	2	1	1
ÖÇ2	5	4	3	5	5	4	2	1	3	4	5	5	2	2	1	2	2
ÖÇ3	5	5	5	4	5	4	3	2	2	4	4	5	2	2	1	1	3
ÖÇ4	4	5	5	5	5	3	4	2	2	4	4	3	2	3	2	1	2
ÖÇ5	5	5	5	4	5	3	5	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Assoc. Prof. Dr. Elif Başak Sarioğlu
<b>Contact (e-mail)</b>	esarioglu@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. Elif Başak Sarioğlu
<b>Contact (e-mail)</b>	esarioglu@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT 2012 REKLAMCILIĞIN TEMEL KAVRAMLARI			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	4			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Öğrencilere reklamın temelleri ile ilgili bilgilendirmek. Dersi alanları, reklamın ve ticari iletişimin temel ve uzman alanlarına hazırlamak. Reklam örneklerini analiz ederek, reklam sektöründeki en başarılı uygulamaları inleyerek ve yaratıcı kampanyalara ilişkin süreçleri ele alacaklardır.			
Dersin İçeriği	Bu derste reklamcılıkla ilgili terimleri, temel mesleki bilgileri ve kuramların öğretilmesi amaçlanmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Dersin ön koşulu yok			
Kaynaklar	Reklamcılık Kavramlar Kuramlar, Beta Yayınları, Yazarı: Filiz Balta Peltekoğlu			
Dersin Öğretim Şekli	Anlatım yöntemi, Tartışma yöntemi, soru cevap yöntemi			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%100
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	10	10
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):90</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <p>1-Reklamcılığın temel kavramlarını ve teorilerini tanımlayabilecek ve açıklar.</p> <p>2-Hedef kitle analizi yaparak etkili reklam stratejileri geliştirir.</p> <p>3-Farklı reklam mecralarını ve tekniklerini kullanarak yaratıcı reklam kampanyaları tasarlar.</p>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Reklama Giriş	
	2	Reklam Teorileri	
	3	Reklam Süreçler	
	4	Reklamın Medyası	
	5	Reklam Ajanslarında Organizasyon	
	6	Yaratıcı Reklam Stratejileri	
	7	Reklam Ajansları	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Pazarlama İletişim Karması I- Storyboard oluşturma - öğrenci sunumları	
	10	Pazarlama İletişim Karması II	
	11	Reklam Yaklaşımları-	
	12	Medya Planlama	
	13	Reklamda Etik	
	14	Örnek Olay İncelemesi 1	
	15	Örnek Olay İncelemesi 2	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	4	4														
ÖÇ2	4	4	4														
ÖÇ3	4	4	4														
ÖÇ4	4	4	4														
ÖÇ5	4	4	4														
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									XXXX								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									XXXX@marmara.edu.tr								



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT 2012 Reklamcılığın Temel Kavramları (BASIC CONCEPTS of ADVERTISING)			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	4			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	This course will provide students with a general knowledge of the fundamentals of advertising. As an introductory course, it will prepare students for further study in both basic and specialized areas of advertising and commercial communication. In the course students will analyse and discuss examples of advertising, discovering best practice in the advertising industry, and exploring the processes involved in creating campaigns.			
<b>Course Content</b>	The structure of advertising agencies and agency management systems, agency employees and basic concepts related to advertising form the content of the course.			
<b>Prerequisites</b>	There are no prerequisites for this course.			
<b>Resources</b>	Reklamcılık Kavramlar Kuramlar, Beta Yayınları, Yazarı: Filiz Balta Peltekoğlu			
<b>Mode of Delivery</b>	Discussion Method, Question - Answer Technique, Cooperative Learning			
<b>Course Category</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%100
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

ECTS Allocated Based on Student Workload	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	10	10
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):90</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Course Learning Outcomes	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <p>1-Define and explain the basic concepts and theories of advertising.</p> <p>2-Develop effective advertising strategies by analyzing the target audience.</p> <p>3-Design creative advertising campaigns using different advertising media and techniques.</p>			

Weekly Detailed Course Contents	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Introduction to advertising	
	2	Advertising theories	
	3	Advertising processes	
	4	Advertising Media	
	5	Creative Ad strategies	
	6	Case Study	
	7	Advertising agencies	
	8	<b>Mid-term Exam</b>	
	9	Marketing Communications Mix 1	
	10	Marketing Communications Mix II	
	11	Advertising appeals	
	12	Media planning	
	13	Ethics in Advertising	
	14	Case Study 1	
	15	Case Study	
16	<b>FINAL EXAM</b>		
Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	4	4														
ÖÇ2	4	4	4														
ÖÇ3	4	4	4														
ÖÇ4	4	4	4														
ÖÇ5	4	4	4														
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN								
<b>Contact (e-mail)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Lecturer of the Course</b>									XXXX								
<b>Contact (e-mail)</b>									XXXX@marmara.edu.tr								



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT2014 Sürdürülebilirlik İletişimi Ve Raporlama			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	4			
Dersin Türü	Teorik			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Küresel Kalkınma Amaçları çerçevesinde sürdürülebilirlik ve raporlama hakkında teorik altyapı sağlamak ve sürdürülebilirlik iletişiminin gücünü ele almak.			
Dersin İçeriği	Sürdürülebilirlik kavramını tarihsel gelişim süreci içerisinde anlatmak. Yerel ve Özel sektör özelinde sürdürülebilirlik iletişimi ve raporlama örneklerini incelemek			
Dersin Ön Koşulları				
Kaynaklar	Kuşay, Y. (2020). Kurumsal Sürdürülebilirlik İletişimi ve Uygulamaları, Konya: Eğitim Yayınları.			
Dersin Öğretim Şekli	Örgün			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	12	12
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):90</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		



<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sürdürülebilirlik kavramını tanımlar.</li> <li>2. Sürdürülebilirliğin toplumsal değer oluşturmaya katkısını açıklar.</li> <li>3. Sürdürülebilirlik çalışması için kurumsal raporları inceler.</li> <li>4. Sürdürülebilirlik iletişimiyle ilişkili kavramları tanımlar.</li> <li>5. Sürdürülebilirlik iletişimde proje hazırlar.</li> </ol>

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	<b>Sürdürülebilirlik Toplumsal Giriş</b>	
	2	<b>Sürdürülebilirliğin Boyutları- Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Modelleri</b>	
	3	<b>Kurumsal Sürdürülebilirliğin Unsurları/K.S. İle İlgili Kavramlar</b>	
	4	<b>Kurumsal Sürdürülebilirlik İletişimi ve İletişim Araçları- 1</b>	
	5	<b>Kurumsal Sürdürülebilirlik İletişimi ve İletişim Araçları- 2</b>	
	6	<b>Kurumsal Sürdürülebilirliğin Karanlık Yüzü-1</b>	
	7	<b>Kurumsal Sürdürülebilirliğin Karanlık Yüzü-2</b>	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	<b>Derse Misafir Konuk- 1</b>	
	10	<b>Derse Misafir Konuk- 2</b>	
	11	<b>Yerel Yönetimlerde Sürdürülebilirlik</b>	
	12	<b>Özel Sektörde Sürdürülebilirlik</b>	
	13	<b>Örnek Sürdürülebilirlik Raporları- 1</b>	
	14	<b>Örnek Sürdürülebilirlik Raporları- 2</b>	
	15	<b>Örnek Sürdürülebilirlik Raporları- 3</b>	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>ÖÇ2</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>ÖÇ3</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>ÖÇ4</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>ÖÇ5</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Yeliz KUŞAY
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	ykusay@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2014 Sustainability Communication and Reporting			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	4			
<b>Type of Course Unit</b>	Theoric			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	To provide theoretical background about sustainability and reporting within the framework of the Global Development Goals and to discuss the power of sustainability communication.			
<b>Course Content</b>	To explain the concept of sustainability within the historical development process. Examining examples of sustainability communication and reporting in the local and private sector			
<b>Prerequisites</b>				
<b>Resources</b>	Kuşay, Y. (2020). Kurumsal Sürdürülebilirlik İletişimi ve Uygulamaları, Konya: Eğitim Yayınları.			
<b>Mode of Delivery</b>	formal			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	12	12
	Presentation			
	Mid-terms	1	3	3
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	5	5
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Define the concept of sustainability.</li> <li>2. Explain the contribution of sustainability to creating social value.</li> <li>3. Examine corporate reports for sustainability work.</li> <li>4. Define the concepts related to sustainability communication.</li> <li>5. Prepare a project in sustainability communication.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Sustainability Community Entry	
	2	Dimensions of Sustainability - Corporate Sustainability and Models	
	3	Elements of Corporate Sustainability/K.S.	
	4	Concepts Related to Corporate Sustainability Communication and Communication Tools- 1	
	5	Concepts Related to Corporate Sustainability Communication and Communication Tools- 2	
	6	The Dark Side of Corporate Sustainability-1	
	7	The Dark Side of Corporate Sustainability-2	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Guest Guest to the Lesson - 1	
	10	Guest Guest to the Lesson - 2	
	11	Sustainability in Local Governments	
	12	Sustainability in the Private Sector	
	13	Sample Sustainability Reports- 1	
	14	Sample Sustainability Reports- 2	
	15	Sample Sustainability Reports- 3	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
ÖÇ2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ÖÇ3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
ÖÇ4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ÖÇ5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<p><b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b>  <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b></p>																	
<b>Course Coordination</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN								
<b>Contact (e-mail)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Lecturer of the Course</b>									Assoc. Prof. Dr. Yeliz KUŞAY								
<b>Contact (e-mail)</b>									ykusay@marmara.edu.tr								



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	ILT2032 İletişim Etiği			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	4			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	4			
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe			
<b>Dersin Amacı</b>	Etik alanına ilişkin temel ilkeler ve kuramların, halkla ilişkiler etiği bağlamında tartışılması, halkla ilişkilerde etik karar alma becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.			
<b>Dersin İçeriği</b>	Ders kapsamında etik ve ahlak ilişkisi, etik teoriler, iletişim etiği, meslek etiği, halkla ilişkiler etiği, medya ilişkileri ve etik, halkla ilişkilerde etik karar alma modelleri, kurumsal sosyal sorumluluk ve etik ilişkisi konuları ele alınır.			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	-			
<b>Kaynaklar</b>	1-Aristoteles-Nikomakhos'a Etik, 2-Platon-Sokrates'in Savunması, 3-Annemarie Pieper-Etiğe Giriş, 4- Ahmet Cevizci, Etik Ahlak Felsefesi, Say Yay., 2018 5- Heimsoeth, Heinz, Kant Felsefesi, Doğu Batı Yay 6- Filiz Balta Peltekoğlu, Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Yay. 7- Ebru Özgen, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri, Profil Kitap 8- Ruhdan Uzun-İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar 9- İdil Sayımer, Halkla İlişkiler Etiğinde Öne Çıkan Modellerin Etik Sistemler Açısından Değerlendirilmesi, Küresel İletişim Dergisi, sayı 2, Güz-2006			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Konu anlatımı, sınav, ödev			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	40 %	

	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10%	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	12	12
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):90</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:			
	1- Etik ve ahlak arasındaki ayrımı ve ilişkiyi tanımlar.			
	2- Etik teorileri açıklar.			
	3- İletişim Etiği ve Halkla ilişkiler etiği konularını tartışır.			
	4- Halkla ilişkilerin etik kodlarını analiz eder.			
	5- Halkla ilişkilerde etik karar alır.			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Etik nedir? Ahlakla ilişkisi bağlamında etik	3,4
	2	Etik teoriler	3,4
	3	Normatif etik teorileri ve teleolojik etik	3,4,1,2
	4	Normatif etik teorileri ve deontolojik etik	3,4,5
	5	Halkla ilişkilerde Normatif Etik	6
	6	İletişim etiği ve Meslek etiği	3,4, 8
	7	Halkla İlişkiler Etiği ve halkla ilişkilerde etik kodlar	6,8, 9
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Halkla ilişkilerin Etik Sorumlulukları	6, 8, 9
	10	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik	7
	11	Medya İlişkileri ve Etik	8
	12	Halkla İlişkiler Etiğinde Öne Çıkan Kuramsal Modeller	8, 9
13	Halkla İlişkiler Etiğinin Uygulanması	8	

	14	Öğrenci Çalışmaları ve Ödev Sunumları	
	15	Tüm konuların genel tekrarı	1,2,3,4,5,6,7,8,9
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	5	3	3	3	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4
ÖÇ2	4	5	3	3	3	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4
ÖÇ3	4	5	3	3	3	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4
ÖÇ4	4	5	3	3	3	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4
ÖÇ5	4	5	3	3	3	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı    P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	cozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Zuhale Akbayır
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	Zuhale.akbayir@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	ILT2032 Communication Ethics			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	4			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	It is aimed to discuss the basic principles and theories related to the field of ethics in the context of public relations ethics and to develop ethical decision-making skills in public relations.			
<b>Course Content</b>	The course covers the relationship between ethics and morality, ethical theories, communication ethics, professional ethics, public relations ethics, media relations and ethics, ethical decision-making models in public relations, corporate social responsibility and ethics relations.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	1-Aristoteles-Nikomakhosa Etik, 2-Platon-Sokrates'in Savunması, 3-Annemarie Pieper-Etiğe Giriş, 4- Ahmet Cevizci, Etik Ahlak Felsefesi, Say Yay., 2018 5- Heimsoeth, Heinz, Kant Felsefesi, Doğu Batı Yay 6- Filiz Balta Peltekoğlu, Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Yay. 7- Ebru Özgen, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri, Profil Kitap 8- Ruhdan Uzun-İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar 9- İdil Sayımer, Halkla İlişkiler Etiğinde Öne Çıkan Modellerin Etik Sistemler Açısından Değerlendirilmesi, Küresel İletişim Dergisi, sayı 2, Güz-2006			
<b>Mode of Delivery</b>	Lecture, exam, homework			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		40%
	Quizzes			
	Assignment	1		10 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:90</b>		<b>Total Duration/25:4</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Define the distinction and relationship between ethics and morality.</li> <li>2- Explain ethical theories.</li> <li>3- Discuss communication ethics and public relations ethics.</li> <li>4- Analyze the ethical codes of public relations.</li> <li>5- Make ethical decisions in public relations.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	What is ethics? Ethics in the context of its relationship with morality	3,4
	2	Ethical theories	3,4
	3	Normative ethical theories and teleological ethics	3,4,1,2
	4	Normative ethical theories and deontological ethics	3,4,5
	5	Normative Ethical theories in public relations	6
	6	Communication ethics and professional ethics	3,4, 8
	7	Public Relations Ethics and ethical codes in public relations	6,8, 9
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Ethical Responsibilities of Public Relations	6, 8, 9
	10	Corporate Social Responsibility and Ethics	7
	11	Media Relations and Ethics	8
	12	Prominent Theoretical Models in Public Relations Ethics	8, 9
	13	Applying Public Relations Ethics	8
	14	Student Work and Assignment Presentations	
	15	General review of all topics	1,2,3,4,5,6,7,8,9
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	5	3	3	3	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4
ÖÇ2	4	5	3	3	3	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4
ÖÇ3	4	5	3	3	3	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4
ÖÇ4	4	5	3	3	3	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4
ÖÇ5	4	5	3	3	3	2	2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru Özgen															
<b>Contact (e-mail)</b>		eozgen@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Assoc. Prof. Dr. Zuhal Akbayır															
<b>Contact (e-mail)</b>		zuhal.akbayir@marmara.edu.tr															





İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT2032 Alternatif Medya			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	4			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu derste öğrencilerin ana akım medyanın dışında var olan alternatif medya kavramını tanıması ve bu tür medyanın medyayı ve toplumu değerlendirme biçimindeki farkı öğrenmesi amaçlanmaktadır.			
Dersin İçeriği	Anaakım medya, alternatif medya, küresel medya, medya teknoloji ilişkisi gibi konular dersin içeriğini teşkil etmektedir.			
Dersin Ön Koşulları				
Kaynaklar	Ömer Özer (Der.) Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik; Türkiye’de Alternatif Gazetecilik Üzerine Değerlendirmeler, Literatürk, Konya, 2012. John Keane, Medya ve Demokrasi (Çev. Haluk Şahin), Ayrıntı Yay., 2015. Ahmet Taylan, Alternatif Medya Ve Bianet Örneği: Türkiye’de Alternatif Medyaya Dair Etnografik Çalışma, A.Ü. SBE Doktora Tezi, 2012. Deniz Demir, Anaakım dışı medyanın finansman stratejileri, MÜ SBE Yayınlanmamış Doktora Tezi 2017. Figen Algül, Topluluk medyası “Nor Radyo” Örneği, Pales yayımları 2016.			
Dersin Öğretim Şekli	Verilen makalelerin okunması Verilen ödevlerin sunumu İzlenen filmlerin eleştirileri			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50%	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama	1	2	2
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
ssDersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anaakım medya kuramlarını açıklar.</li> <li>2. Alternatif medyayı tartışır.</li> <li>3. Alternatif medya ile anaakım medya arasındaki farkları sıralar.</li> <li>4. Alternatif medya ile teknoloji arasındaki bağı kurar.</li> <li>5. Dünyadaki ve Türkiye'deki alternatif medya örneklerini sıralar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Derse Giriş Demokratik Toplumlarda Medya ve Alternatif Medyanın Önemi	
	2	Siyasal Örgütlenme Modellerine Göre Alternatif Medya	
	3	Alternatif Medya Kavramı ve Ana Akım Medyaya Göre İlişkisi	
	4	Alternatif Medyanın Ayırdedici Özellikleri	
	5	Çeşitlilik ve İlişkisellik Kavramları Ekseninde Alternatif Medya	
	6	Ana Akım Medya ve Alternatif Medya İlişkisi	
	7	Anaakım Medya Haberlerinde Görülen Yapısal Sorunlar	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Alternatif Medya Alanları-“Barış Gazeteciliği”	
	10	Alternatif Medya Alanları-“Hak Haberciliği”	
	11	Alternatif Medya Alanları- “Yurttaş ve Vatandaş Gazeteciliği”	
	12	Alternatif Medya Alanları-“İnternet Ve Sosyal Medya”	
	13	Alternatif Medya Alanları-“Yerel Gazetecilik”	
	14	Dünyadan Alternatif Medya Örnekleri Analizi	
	15	Örnek İnceleme: BİANET’in Alternatif Medya Yapılanması Araştırması ve Çalışanlarının Alternatif Medyaya İlişkin Görüşleri	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1		5				4	4										
ÖÇ2		5				4	5										
ÖÇ3						5	5										
ÖÇ4		5				4	4							5			
ÖÇ5										5		5					
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Dr. Öğr. Üyesi Figen ALGÜL								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									figenalgul@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Dr. Öğr. Üyesi Figen ALGÜL								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									figenalgul@marmara.edu.tr								



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2032 Alternative Media			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	4			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	In this course, it is aimed for students to recognize the concept of alternative media that exists outside the mainstream media and to learn the difference in the way such media evaluates media and society.			
<b>Course Content</b>	Topics such as mainstream media, alternative media, global media, media-technology relationship constitute the content of the course.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Ömer Özer (Der.) Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik; Türkiye’de Alternatif Gazetecilik Üzerine Değerlendirmeler, Literatürk, Konya, 2012. John Keane, Medya ve Demokrasi (Çev. Haluk Şahin), Ayrıntı Yay., 2015. Ahmet Taylan, Alternatif Medya Ve Bianet Örneği: Türkiye’de Alternatif Medyaya Dair Etnoğrafya SBE Doktora Tezi, 2012. Deniz Demir, Anaakım dışı medyanın finansman stratejileri, MÜ SBE Yayınlanmamış Doktora Tezi Figen Algül, Topluluk medyası “Nor Radyo” Örneği, Pales yayınları 2016.			
<b>Mode of Delivery</b>	Reading the given articles Presentation of assigned assignments Reviews of movies watched			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	



<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments			2
	Presentation	1	2	
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explains mainstream media theories.</li> <li>2. Discusses alternative media.</li> <li>3. List the differences between alternative media and mainstream media.</li> <li>4. Establishes the link between alternative media and technology.</li> <li>5. List examples of alternative media in the world and in Turkey.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to the Course The Importance of Media and Alternative Media in Democratic Societies	
	2	Alternative Media According to Political Organization Models	
	3	The Concept of Alternative Media and Its Relationship to Mainstream Media	
	4	Distinctive Features of Alternative Media	
	5	Alternative Media on the Axis of Diversity and Relationality Concepts	
	6	The Relationship Between Mainstream Media and Alternative Media	
	7	Structural Problems Seen in Mainstream Media News	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Alternative Media Areas-“Peace Journalism”	
	10	Alternative Media Areas-“Rights Journalism”	
	11	Alternative Media Areas- “Citizen Journalism”	
	12	Alternative Media Areas-“Internet and Social Media”	
	13	Alternative Media Areas-“Local Journalism”	
	14	Analysis of Alternative Media Examples from Around the World	
	15	Case Study: BIANET's Alternative Media Structuring Research and Employees' Opinions on Alternative Media	
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1		5				4	4										
ÖÇ2		5				4	5										
ÖÇ3						5	5										
ÖÇ4		5				4	4							5			
ÖÇ5										5		5					
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Assistant Prof. Dr. Figen ALGÜL															
<b>Contact (e-mail)</b>		figenalgul@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Assistant Prof. Dr. Figen ALGÜL															
<b>Contact (e-mail)</b>		figenalgul@marmara.edu.tr															



Ders Tanımlama Formu

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT2034 Dijital Sanat			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	4			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, dijital sanatın temel kavramlarını, tekniklerini ve uygulamalarını inceleyerek öğrencilerin dijital teknolojinin sanat dünyasındaki evrimini ve etkisini anlamalarını sağlamaktır. Ayrıca, çeşitli yazılım ve araçları kullanarak dijital sanat eserleri oluşturma konusunda pratik beceriler geliştirmeyi amaçlamaktadır.			
Dersin İçeriği	Dijital sanata giriş; Dijital resim ve illüstrasyon; Etkileşimli medya ve web sanatı; Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik sanatı; Dijital sanatın çağdaş kültürdeki rolü; Dijital sanat projeleri üzerine vaka çalışmaları.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	Paul, C. (2015). Digital Art. Thames & Hudson. McCloud, S. (2006). Making Comics: Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels. Harper Paperbacks. Murphie, A., & Potts, J. (2002). Culture and Technology. Palgrave Macmillan.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%40	Alan Bilgisi	60
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	40 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):77    Toplam Saat/25 = 3</b>			
Dersin Çıktıları	Öğrenim	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <p>Dijital sanatın temel kavramlarını ve tekniklerini açıklar.</p> <p>Çeşitli yazılım ve araçları kullanarak dijital sanat eserleri oluşturma konusunda pratik beceriler geliştirir.</p> <p>Dijital teknolojinin çağdaş sanat üzerindeki etkisini analiz eder.</p> <p>Dijital sanat eserlerini eleştirel bir perspektiften değerlendirir.</p>		

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Dijital sanata giriş	
	2	Dijital resim ve illüstrasyon	
	3	Etkileşimli medya ve web sanatı	
	4	Dijital sanat Eserleri tanımlama	
	5	Dijital Sanat Etiği	
	6	Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik sanatı	
	7	21. yüzyıl sanat hareketleri	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Dijital sanatın çağdaş kültürdeki rolü	
	10	Dijital sanat projeleri üzerine vaka çalışmaları	
	11	Dijital sanat projeleri üzerine vaka çalışmaları	
	12	Dijital Sanat eserlerinin eleştirisi	

	13	Dijital Sanat ve Popüler Kültür	
	14	Dijital Kültür Endüstrisi	
	15	Öğrenci çalışmaları	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
<b>ÖÇ1</b>	3	2	3	3	3	3	1	2	1	2	4	4	4	5	1
<b>ÖÇ2</b>	2	0	0	4	4	1	3	3	1	5	0	3	2	5	1
<b>ÖÇ3</b>	4	3	3	3	3	5	3	2	1	2	4	3	2	5	1
<b>ÖÇ4</b>	2	0	0	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	1
<b>ÖÇ5</b>															

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Dr. Özgenur Reyhan KURTULDU
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	ozgenur.kurtuldu@marmara.edu.tr



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2034 Digital Art			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	4			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of this course is to examine the basic concepts, techniques, and applications of digital art, enabling students to understand the evolution and impact of digital technology in the art world. Additionally, it aims to develop practical skills in creating digital artworks using various software and tools.			
<b>Course Content</b>	Introduction to digital art; Digital painting and illustration; Interactive media and web art; Virtual reality and augmented reality art; The role of digital art in contemporary culture; Case studies of digital art projects.			
<b>Prerequisites</b>	This course has no prerequisites.			
<b>Resources</b>	<input type="checkbox"/> Paul, C. (2015). Digital Art. Thames & Hudson. <input type="checkbox"/> McCloud, S. (2006). Making Comics: Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels. Harper Paperbacks. <input type="checkbox"/> Murphie, A., & Potts, J. (2002). Culture and Technology. Palgrave Macmillan.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 40	Field	% 60
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	40 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			

	Final Examination	1		60 %
	<b>Total</b>			<b>100 %</b>
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <p>Explain the basic concepts and techniques of digital art.</p> <p>Develop practical skills in creating digital artworks using various software and tools.</p> <p>Analyze the impact of digital technology on contemporary art.</p> <p>Evaluate digital artworks from a critical perspective</p>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to digital art	
	2	Digital painting and illustration	
	3	Interactive media and web art	
	4	Identification of digital art works	
	5	Ethics in digital art	
	6	Virtual reality and augmented reality art	
	7	21st-century art movements	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	The role of digital art in contemporary culture	
	10	Case studies of digital art projects	
	11	Case studies of digital art projects	
	12	Critique of digital artworks	

	13	Digital art and popular culture	
	14	Digital culture industry	
	15	Student presentations	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
ÖÇ1	3	2	3	3	3	3	1	2	1	2	4	4	4	5	1
ÖÇ2	2	0	0	4	4	1	3	3	1	5	0	3	2	5	1
ÖÇ3	4	3	3	3	3	5	3	2	1	2	4	3	2	5	1
ÖÇ4	2	0	0	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	1
ÖÇ5															

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**

**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Dr. Özgenur Reyhan KURTULDU
<b>Contact (e-mail)</b>	ozgenur.kurtuldu@marmara.edu.tr





İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT2036 Grafik Tasarımın Temelleri			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	4			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bugün yaşamımızın hemen her alanında yer alan grafik tasarım ve reklam olgusunun örneklerle tartışıldığı bu derste, öğrencilerin temel kavramlarla beraber bakış açılarını ve yaratıcılıklarını geliştirerek pratiğe yansıtılmaları amaçlanmaktadır.			
Dersin İçeriği	Türkiye ve dünyada, grafik tasarım ve reklam sektöründeki mesleki gelişmeler ışığında, interaktif ortamda marka oluşumu ve reklam kampanya tasarımlarını teorik olarak inceleyerek ve pratikler üzerinde tartışarak, uygulamalar ile doğru iletişimsel yaklaşımları oluşturmaktır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	15	3	45
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	10	5	50
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):100</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grafik tasarım ve reklam kavramlarını tanımlar.</li> <li>2. Görsel düşünceyi aktarım yollarını kullanır.</li> <li>3. Görsel iletişim becerilerini etkinleştirerek gündelik iletişim şekillerine uyarlar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Grafik Tasarımda Temel Kavramlar	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
	2	Reklamlarda Grafik Tasarımın Tarihçesi	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
	3	Reklamlarda Kullanılan Grafik Tasarım Uygulamaları Örnekleri	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
	4	Amblem	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
	5	Piktogram	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım,

		Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
6	Logotype, Kaligrafi	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
7	Basım Teknikleri	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
8	<b>ARA SINAV</b>	
9	Grafik Tasarım ve Kurum Kimliği	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
10	Grafik Tasarımda Fotoğraf ve İllüstrasyon	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
11	Açık Hava Reklamları	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
12	Basım İlanları	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
13	Kampanya Tasarımı	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019

		İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
14	Öğrenci Sunumları	
15	Öğrenci Sunumları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	4	2	3	4	5	2	3	2	5	5	2	4	5	2	2	2
ÖÇ2	3	2	3	3	4	5	2	2	3	4	3	4	3	5	3	3	2
ÖÇ3	4	2	3	3	3	4	3	2	2	4	3	5	4	4	4	3	2
ÖÇ4	3	4	3	3	4	5	3	2	2	5	4	2	4	5	3	3	3
ÖÇ5	4	4	5	4	4	3	3	2	2	5	5	4	5	5	5	4	3

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2036 Grafik Tasarımın Temelleri			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	4			
<b>Type of Course Unit</b>	Selective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	In this course, in which the phenomenon of graphic design and advertising, which is involved in almost every aspect of our lives today, is discussed with examples, it is aimed that students develop their perspectives and creativity together with basic concepts and reflect them to practice.			
<b>Course Content</b>	In the light of professional developments in graphic design and advertising sector in Turkey and in the world, the aim of this course is to create the right communicative approaches with applications by theoretically examining brand formation and advertising campaign designs in interactive environment and discussing on practices.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to Face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	15	3	45
	Hours for off the c.r.stud	10	5	50
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:100</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Define the concepts of graphic design and advertising.</li> <li>2. Use ways of transferring visual thought.</li> <li>3. Activate visual communication skills and adapts them to everyday forms of communication.</li> </ol>			

	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	1	Basic Concepts in Graphic Design	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
	2	History of Graphic Design in Advertising	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
	3	Examples of Graphic Design Applications Used in Advertisements	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
	4	Emblem	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
	5	Pictogram	Görsel İletişim ve Grafik Tasarım,

			Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
6	Logotype, Calligraphy		Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
7	Printing Techniques		Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
8	<b>Midterm Exam</b>		
9	Graphic Design and Corporate Identity		Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
10	Photography and Illustration in Graphic Design		Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
11	Outdoor Advertising		Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
12	Press Releases		Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
13	Campaign Design		Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Tevfik Fikret Ucar, 2019 İletişim ve Grafik Tasarım, Emre Becer,2002.
14	Final Project Presentations		

	15	Final Project Presentations	
	16	<b>Final Exam</b>	

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	3	4	2	3	4	5	2	3	2	5	5	2	4	5	2	2	2
<b>ÖÇ2</b>	3	2	3	3	4	5	2	2	3	4	3	4	3	5	3	3	2
<b>ÖÇ3</b>	4	2	3	3	3	4	3	2	2	4	3	5	4	4	4	3	2
<b>ÖÇ4</b>	3	4	3	3	4	5	3	2	2	5	4	2	4	5	3	3	3
<b>ÖÇ5</b>	4	4	5	4	4	3	3	2	2	5	5	4	5	5	5	4	3

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	
<b>Contact (e-mail)</b>	





### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT2038 İKNA KURAMLARI VE RETORİK			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	4			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu ders öğrencilere iknaya ilişkin temel kavramları, ikna edici iletişim sürecindeki değişkenleri ve ikna kuramlarını aktaracaktır. İkna endüstrileri olarak adlandırılan halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanılan ikna kuramlarına ilişkin temel bilgi alt yapısı oluşturulacaktır. Öğrencileri algı, tutum ve davranış arasındaki ilişkiyi açıklayabilecek ve tartışabilecek duruma getirmek amaçlanmaktadır..			
Dersin İçeriği	Bu ders ikna tanımlarını, iknanın benzer kavramlardan farklarını, algı, tutum ve davranışa ilişkin teorileri, ikna teorilerini, kaynağın özelliklerini, ikna edici mesajın özelliklerini, alıcının özelliklerini, halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarında ve günlük yaşamda ikna konularını kapsamaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Dersin ön koşulu yoktur.			
Kaynaklar	Nuray Sakallı, Sosyal Etkiler:Kim Kimi Nasıl Etkiler, İstanbul: İmge, 5. Baskı, 2016. Andaç Demirtaş Madran, Tutum, Tutum Değişimi ve İkna, Ankara: Nobel, 2019. Richard M. Perloff, The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in the 21th Century, New York: Routledge, 2017. Robert B. Cialdini (1), İknanın Psikolojisi, İstanbul: Mediacat Yayınları, 2007. Robert B. Cialdini (2), İknaya Açılan Kapı, İstanbul:Mediacat Yayınları, 2017. Anthony Pratkanis, Elliott Aronson, İkna Çağı, İstanbul: The Kitap, 2018. Paul A. Mongeau, Fear Appeals. The Sage Handbook of Persuasion içinde. Thousand Oaks, CA: Sage 2013.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%40	Alan Bilgisi	% 60
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. İkna edici iletişim sürecindeki farklı unsurların aralarındaki etkileşimleri açıklar.</li> <li>2. Günlük yaşamda karşılaşılan farklı ikna girişimlerini ikna kuramları çerçevesinde analiz eder.</li> <li>3. Algı, tutum ve davranış arasındaki ilişkileri açıklayabilir ve kuramlar bağlamında tartışır.</li> <li>4. Halkla ilişkiler, sağlık, kriz yönetimi ve reklam gibi farklı alanlarda kullanılan ikna tekniklerini tanımlayabilir ve bu ikna girişimlerine karşı direnir.</li> <li>5. Etik olmayan ikna girişimlerini belirleyebilir ve stratejik iletişimin kaynağı olacak bir halkla ilişkiler uzmanı olarak kendi ikna vasıflarının gelişimine katkıda bulunur.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Giriş	
	2	İkna tanımları ve benzer kavramlar	Perloff, Pratkanis ve Aronson
	3	Algı ve tutum	Madran, Sakallı, Perloff
	4	Tutum ve davranışa ilişkin temel kuramlar 1	Madran, Sakallı, Perloff
	5	Tutum ve davranışa ilişkin temel kuramlar 2	
	6	Kaynağın özellikleri ve ikna	Madran, Perloff
	7	Mesaj özellikleri ve ikna 1	Madran, Perloff, Cialdini 1
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Mesaj özellikleri ve ikna 2	Mongeau
	10	Alicının özellikleri ve ikna	Madran, Perloff
11	İkna teknikleri 1	Cialdini 1	

12	İkna teknikleri 2: Sağlık iletişimi ve kriz iletişimi alanından örnek olaylar	
13	Reklam kampanyaları ve ikna: Detaylandırma Olasılığı	
14	İknaya direnç: Aşılama Kuramı	
15	Etik ve ikna	Perloff
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	3	4	1	5	4	4	3	1	5	2	5		3	1		5
ÖÇ2	4	5	5		4	4		1		4	4	5	3	3		4	4
ÖÇ3	4	5	5	1	5	1	4	4		5	2	5		2		2	5
ÖÇ4	5	5	5	3	5	4	3	5	3	4	4	5	3	4	3	4	5
ÖÇ5	5	5	3	3		4	1	4	1	5		3	4	4	5	5	5

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç.Dr. Gözde YILMAZ
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	Gozde.yilmaz @marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT2038 PERSUASION THEORIES AND RHETORIC			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	4			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	This course will introduce students to the basic concepts of persuasion, variables in the persuasive communication process and theories of persuasion. Fundamental knowledge will be conveyed regarding the theories of persuasion used in the fields of public relations and advertising, which are labelled as persuasion industries. Students will be able to explain and discuss the relationship between perception, attitude and behavior.			
<b>Course Content</b>	This course covers definitions of persuasion, differences of persuasion from similar concepts, theories of perception, attitude and behavior, theories of persuasion, characteristics of the source, characteristics of the persuasive message, characteristics of the receiver, persuasion in public relations and advertising campaigns and in daily life.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	<p>Nuray Sakallı, Sosyal Etkiler:Kim Kimi Nasıl Etkiler, İstanbul: İmge, 5. Baskı, 2016.            Andaç Demirtaş Madran, Tutum, Tutum Değişimi ve İkna, Ankara: Nobel, 2019.            Richard M. Perloff, The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in the 21th Century, New York: Routledge, 2017.            Robert B. Cialdini (1), İknanın Psikolojisi, İstanbul: Mediacat Yayınları, 2007.            Robert B. Cialdini (2), İknaaya Açılan Kapı, İstanbul:Mediacat Yayınları, 2017.            Anthony Pratkanis, Elliott Aronson, İkna Çağı, İstanbul: The Kitap, 2018.            Paul A. Mongeau, Fear Appeals. The Sage Handbook of Persuasion içinde. Thousand Oaks, CA: Sage 2013.</p>			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 40	Field	% 60
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:100</b>		<b>Total Duration/25=4</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explains the interactions between different elements in the persuasive communication process.</li> <li>2. Analyze different persuasion attempts encountered in daily life within the framework of persuasion theories.</li> <li>3. Explain the relationships between perception, attitude and behavior and discuss them in the context of theories.</li> <li>4. Identify and resist persuasion techniques used in different fields such as public relations, health, crisis management and advertising.</li> <li>5. Identify unethical persuasion attempts and contribute to the development of their own persuasion skills as a public relations professional who will be a source of strategic communication.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction	
	2	Definition of persuasion and similar concepts	Perloff, Pratkanis ve Aronson
	3	Perception and attitude	Madran, Sakallı, Perloff
	4	Basic theories regarding attitude and behavior 1	Madran, Sakallı, Perloff
	5	Basic theories regarding attitude and behavior 2	
	6	Source characteristics and persuasion	Madran, Perloff
	7	Message characteristics and persuasion 1	Madran, Perloff, Cialdini 1
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Message characteristics and persuasion 2	Mongeau
	10	Characteristics of receiver and persuasion	Madran, Perloff
	11	Persuasion techniques 1	Cialdini 1
	12	Persuasion techniques 2: Case studies from the field of health and crisis communication	
	13	Advertising campaigns and persuasion: Elaboration Likelihood Model	
	14	Resistance to Persuasion: Inoculation Theory	
	15	Ethic and persuasion	Perloff
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	3	4	1	5	4	4	3	1	5	2	5		3	1		5
ÖÇ2	4	5	5		4	4		1		4	4	5	3	3		4	4
ÖÇ3	4	5	5	1	5	1	4	4		5	2	5		2		2	5
ÖÇ4	5	5	5	3	5	4	3	5	3	4	4	5	3	4	3	4	5
ÖÇ5	5	5	3	3		4	1	4	1	5		3	4	4	5	5	5

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc.Prof. Gözde YILMAZ
<b>Contact (e-mail)</b>	Gozde.yilmaz@marmara.edu.tr



## Örnek: Ders Tanımlama Formu

DERS TANIMLAMA FORMU	
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	HIT2040 Medya Okuryazarlığı
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	3
<b>Dersin Yarıyılı</b>	4
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe
<b>Dersin Amacı</b>	İmkân ve meydan okumalarıyla yerleşik medya düzeni ve dijitalleşmenin ortaya çıkardığı yeni durumu anlama, analiz etme, eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme bilgi ve becerisini bireye kazandırmaya yönelik yeni okuryazarlık bilgi ve becerisini kazandırmak
<b>Dersin İçeriği</b>	Medya okuryazarlığı, medya ve iletişim eğitimi ile medya ve iletişim araştırmaları birikiminden yararlanarak temel kavramlar, yaklaşımlar ve teorik tartışmalar ile yine okuryazarlık arayışları, medya türleri ve içerikleri ile medyanın sahip olduğu imkanlar ve bireyin önüne getirdiği meydan okumaları tanıma, kavrama ve bilinç medya kullanımına ilişkin bilgi ve beceriler bu dersin içeriğini oluşturmaktadır.
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.
<b>Kaynaklar</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Hediyeullah Aydeniz<ol style="list-style-type: none"><li>a. Medyayı Tanımak, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2012; <a href="https://aep.gov.tr/media/pnubtkc1/04_01_medyayı-tanımak-kitabı.pdf">https://aep.gov.tr/media/pnubtkc1/04_01_medyayı-tanımak-kitabı.pdf</a></li><li>b. Medyayı Kavramak, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2012 <a href="https://aep.gov.tr/media/tfvh2pdx/04_02_medyayı-kavramak-kitabı.pdf">https://aep.gov.tr/media/tfvh2pdx/04_02_medyayı-kavramak-kitabı.pdf</a></li><li>c. Bilinçli Medya Kullanımı, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2012 <a href="https://aep.gov.tr/media/qeqb0i45/04_03_bilinçli-medya-kullanımı-kitabı.pdf">https://aep.gov.tr/media/qeqb0i45/04_03_bilinçli-medya-kullanımı-kitabı.pdf</a></li><li>d. “Medya”, Temel İslam Ansiklopedisi, İSAM, 2019</li><li>e. “İletişim”, Temel İslam Ansiklopedisi, İSAM, 2019</li><li>f. “Türkiye’de Medya ve İletişim Çalışmalarına İlişkin Bir Çerçeve ve Yeni Yönelimler”, Sosyal Bilimlerde Yeni Eğilimler, Lütfi Sunar (ed.), Nobel Yayıncılık, 2015, ss.251-287; <a href="https://www.academia.edu/11619489/Türkiyede_Medya_ve_İletişim_Çalışmalarına_İlişkin_Bir_Çerçeve_ve_Yeni_Yönelimler">https://www.academia.edu/11619489/Türkiyede_Medya_ve_İletişim_Çalışmalarına_İlişkin_Bir_Çerçeve_ve_Yeni_Yönelimler</a></li><li>g. Modern Toplum Yapılanmasında Gazete: “Utanmaz” ve “Yalancı” Meslekten “4. Güç” Konumuna Yükseliş <a href="https://www.academia.edu/16334561/Modern_Toplum_Yapılanmasında_Gazete_Utanmaz_ve_Yalancı_Meslekten_4_Güç_Konumuna_Yükseliş">https://www.academia.edu/16334561/Modern_Toplum_Yapılanmasında_Gazete_Utanmaz_ve_Yalancı_Meslekten_4_Güç_Konumuna_Yükseliş</a></li><li>h. "Türkiye'de Medya ve İletişim Pratiğinin Teorik İmkânı ve Hafıza"</li></ol></li></ol>

	<p><a href="https://www.academia.edu/39133442/Turkiyede_Medya_ve_Iletisim_Pratiğini_Teorik_İmkanı_ve_Hafıza">https://www.academia.edu/39133442/ Türkiye Medya ve İletişim Pratiğini Teorik İmkanı ve Hafıza</a></p> <p>i. "Özdenetim İmkanı Olarak Medya Ahlakı"  <a href="https://www.academia.edu/36619232/Özdenetim_İmkanı_Olarak_Medya_Ahlaki">https://www.academia.edu/36619232/ Özdenetim İmkanı Olarak Medya Ahlakı</a></p> <p>2. Tessa Jolls, Elizabeth Thoman, 21. Yüzyıl Okuryazarlığı Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıf İçi Etkinlikler</p> <p>3. RTÜK-Medya Okuryazarlığı: <a href="https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr">https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr</a></p> <p>4. Doğrulama El Kitabı: Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu üzerine Manipüle edilmiş içerikler ve yapay hareketlilikleri açığa çıkarmak için platformlar ve çevrimiçi hesapların incelenmesi üzerine bir rehber, Editör: Craig Silverman  <a href="https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3-TR.pdf">https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3-TR.pdf</a></p> <p>5. Dezenformasyona Karşı El Kitabı: <a href="https://www.rdmedu.com/el-kitapçığı">https://www.rdmedu.com/el-kitapçığı</a></p> <p>6. Information Disorder  <a href="https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77">https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77</a></p> <p>7. Tackling the Information Crises:</p> <p>8. <a href="https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/T3-Report-Tackling-the-Information-Crisis.pdf">https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/T3-Report-Tackling-the-Information-Crisis.pdf</a></p> <p>9. Mutlu Binark, Mine Gencil Bek, Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Kalkedon, 2007</p>			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüz yüze			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	40 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <p>1- Modern toplumda medyanın konumunu ve işlevlerini açıklar.</p> <p>2- Medya, medya edebiyatı, medya eğitimi ve medya çalışmalarını tanımlar.</p>			



3- Medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili temel tartışmaları açıklar.
4- Medyada geçirdiği süreyi ve seçtiği medya kanallarını doğru belirler.
5- Hukuki ve etik sınırların farkında olarak medyayı kullanır.

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Giriş: Temel Kavramlar (Medya, Medya Okuryazarlığı)	
	2	Modern toplumun oluşumu, medya ve iletişim	
	3	Medya eğitimi, medya çalışmaları ve medya okuryazarlığı	
	4	Medya okuryazarlığı yaklaşımları-I	
	5	Medya okuryazarlığı yaklaşımları-II	
	6	Dünyada medya okuryazarlığı eğitimi ve uygulamaları	
	7	Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi ve uygulamaları	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Medya okuryazarlığı ve bilgilendirici içerik: enformasyon okuryazarlığı	
	10	Medya okuryazarlığı ve eğlendirici içerik	
	11	Medya okuryazarlığı ve reklam-ilan-pazarlama içerikleri: reklam okuryazarlığı	
	12	Dijitalleşme ve yeni okuryazarlık arayışları-I: dijital okuryazarlık	
	13	Dijitalleşme ve yeni okuryazarlık arayışları-II: Oyun Okuryazarlığı	
	14	Medya okuryazarlığı ve kişisel verilerin korunmasına ilişkin arayışlar	
	15	Genel bir değerlendirme	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
ÖÇ1	3	2	3	3	3	3	1	2	1	2	4	4	4	5	1
ÖÇ2	2	0	0	4	4	1	3	3	1	5	0	3	2	5	1
ÖÇ3	4	3	3	3	3	5	3	2	1	2	4	3	2	5	1
ÖÇ4	2	0	0	4	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	1
ÖÇ5															

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Prof. Dr. Hediyeullah Aydeniz
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	haydeniz@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION	
<b>Course Code and Title</b>	HIT2040 Media Literacy
<b>Credit (ECTS)</b>	3
<b>Semester</b>	4
<b>Type of Course Unit</b>	Elective
<b>Language of Instruction</b>	Turkish
<b>Objectives of Course</b>	The Media Literacy Course aims to cover media literacy and its quests in all its dimensions.
<b>Course Content</b>	The meaning framework of the concepts of media literacy, related approaches, theories, gaining knowledge and skills of new literacy in order to understand, analyze and critically evaluate the new situation emerged by the established media order and digitalization with its possibilities and challenges
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.
<b>Resources</b>	<p>10. Hediyeullah Aydeniz</p> <p>a. Medyayı Tanımak, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2012; <a href="https://aep.gov.tr/media/pnubtkc1/04_01_medyayı-tanımak-kitabı.pdf">https://aep.gov.tr/media/pnubtkc1/04_01_medyayı-tanımak-kitabı.pdf</a></p> <p>b. Medyayı Kavramak, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2012 <a href="https://aep.gov.tr/media/tfvh2pdx/04_02_medyayı-kavramak-kitabı.pdf">https://aep.gov.tr/media/tfvh2pdx/04_02_medyayı-kavramak-kitabı.pdf</a></p> <p>c. Bilinçli Medya Kullanımı, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2012 <a href="https://aep.gov.tr/media/qeqb0i45/04_03_bilinçli-medya-kullanımı-kitabı.pdf">https://aep.gov.tr/media/qeqb0i45/04_03_bilinçli-medya-kullanımı-kitabı.pdf</a></p> <p>d. “Medya”, Temel İslam Ansiklopedisi, İSAM, 2019</p>

- e. "İletişim", Temel İslam Ansiklopedisi, İSAM, 2019
- f. "Türkiye'de Medya ve İletişim Çalışmalarına İlişkin Bir Çerçeve ve Yeni Yönelimler", Sosyal Bilimlerde Yeni Eğilimler, Lütfi Sunar (ed.), Nobel Yayıncılık, 2015, ss.251-287:  
[https://www.academia.edu/11619489/Türkiyede\\_Medya\\_ve\\_İletişim\\_Çalışmalarına\\_İlişkin\\_Bir\\_Çerçeve\\_ve\\_Yeni\\_Yönelimler](https://www.academia.edu/11619489/Türkiyede_Medya_ve_İletişim_Çalışmalarına_İlişkin_Bir_Çerçeve_ve_Yeni_Yönelimler)
- g. Modern Toplum Yapılanmasında Gazete: "Utanmaz" ve "Yalancı" Meslekten "4. Güç" Konumuna Yükseliş  
[https://www.academia.edu/16334561/Modern\\_Toplum\\_Yapılanmasında\\_Gazete\\_Utanmaz\\_ve\\_Yalancı\\_Meslekten\\_4\\_Güç\\_Konumuna\\_Yükseliş](https://www.academia.edu/16334561/Modern_Toplum_Yapılanmasında_Gazete_Utanmaz_ve_Yalancı_Meslekten_4_Güç_Konumuna_Yükseliş)
- h. "Türkiye'de Medya ve İletişim Pratiğinin Teorik İmkânı ve Hafıza"  
[https://www.academia.edu/39133442/Türkiyede\\_Medya\\_ve\\_İletişim\\_Pratiğinin\\_Teorik\\_İmkânı\\_ve\\_Hafıza](https://www.academia.edu/39133442/Türkiyede_Medya_ve_İletişim_Pratiğinin_Teorik_İmkânı_ve_Hafıza)
- i. "Özdenetim İmkânı Olarak Medya Ahlakı"  
[https://www.academia.edu/36619232/Özdenetim\\_İmkânı\\_Olarak\\_Medya\\_Ahlakı](https://www.academia.edu/36619232/Özdenetim_İmkânı_Olarak_Medya_Ahlakı)

11. Tessa Jolls, Elizabeth Thoman, 21. Yüzyıl Okuryazarlığı Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıf İçi Etkinlikler

12. RTÜK-Medya Okuryazarlığı: <https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr>

13. Doğrulama El Kitabı: Dezenformasyon ve Medya Manipülasyonu üzerine Manipüle edilmiş içerikler ve yapay hareketlilikleri açığa çıkarmak için platformlar ve çevrimiçi hesapların incelenmesi üzerine bir rehber, Editör: Craig Silverman

[https://s3.eu-central-](https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3-TR.pdf)

[1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3-TR.pdf](https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3-TR.pdf)

14. Dezenformasyona Karşı El Kitabı: <https://www.rdmedu.com/el-kitapçığı>

15. Information Disorder

<https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77>

16. Tackling the Information Crises:

	<p>17. <a href="https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/T3-Report-Tackling-the-Information-Crisis.pdf">https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/T3-Report-Tackling-the-Information-Crisis.pdf</a></p> <p>Mutlu Binark, Mine Gencil Bek, Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Kalkedon, 2007</p>			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		40 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		60 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	2	28
	Hours for off the c.r.stud			
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	1	1
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
Course Duration	1	1	30	
	<b>Total Work Load:100</b>		<b>Total Duration/25:4</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <p>1- Explain the position and functions of media in modern society.</p> <p>2- Define media, media literature, media education and media studies.</p> <p>3- Explain the basic debates about media literacy education.</p> <p>4- Determine the time he/she spends in the media and the media channels he/she chooses correctly.</p> <p>5- Use the media by being aware of legal and ethical limits.</p>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction: Basic Concepts (modern society, mass media, media literacy, etc.)	
	2	Formation of modern society, the mass media and communication	

	3	Media education, media studies and media literacy	
	4	Theories and approaches of media Literacy-I	
	5	Theories and approaches of media literacy-II	
	6	Media literacy education and activities in the world	
	7	Media literacy education and quests in Türkiye	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Media literacy and journalism : Information literacy	
	10	Media literacy and entertainment content of the media	
	11	Media literacy, advertisement and marketing: advertising literacy	
	12	Digitalization and new literacies-I: Digital literacy	
	13	Digitalization and new literacies-II: Game Literacy	
	14	Media literacy and the quest for Personal Data Protection	
	15	Review of Previous Weeks	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4
ÖÇ2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
ÖÇ3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Prof. Dr. Hediyeullah AYDENİZ
<b>Contact (e-mail)</b>	haydeniz@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU	
Dersin Kodu ve Adı	HIT 3011 Bilgisayar Teknolojileri ve Tasarım Teknikleri
Dersin Kredisi (AKTS)	5
Dersin Yarıyılı	5
Dersin Türü	Zorunlu
Dersin Öğretim Dili	Türkçe
Dersin Amacı	Bilgisayar Teknolojisi ve Tasarım Teknikleri" dersi, öğrencileri temel bilgisayar teknolojileri ve tasarım ilkeleri konusunda kapsamlı bir anlayışla donatmayı amaçlamaktadır. Ders boyunca öğrenciler donanım mimarisi, yazılım sistemleri, ağ temelleri ve bunların uyumlu bilgisayar sistemlerine entegrasyonu gibi temel kavramları keşfedeceklerdir. Hedefler arasında, bilgisayar sistemleri ve yazılım çözümlerinin tasarlanması ve uygulanmasında pratik uygulama yoluyla eleştirel düşünme ve problem çözme becerilerinin geliştirilmesi yer almaktadır. Öğrenciler ayrıca çeşitli tasarım zorlukları için uygun teknolojileri ve metodolojileri değerlendirme ve seçme konusunda yeterlilik geliştireceklerdir. Ayrıca, ders teknoloji kullanımında etik hususları vurgulamakta ve mevcut ve gelişmekte olan teknolojilerde uygulamalı deneyim ve sağlam bir temel sağlayarak öğrencileri yazılım mühendisliği, sistem tasarımı ve ağ yönetimi gibi alanlarda kariyere hazırlamaktadır.
Dersin İçeriği	Bilgisayar Teknolojileri ve Tasarım Teknikleri" dersi, modern bilgi işlem için gerekli olan çok çeşitli konuları ele almaktadır. İşlenen konular arasında donanım bileşenleri ve mimarisi, yazılım sistemleri ve geliştirme metodolojileri, ağ temelleri ve bu unsurların sağlam bilgisayar sistemlerine entegrasyonu yer almaktadır. Öğrenciler tasarım ilkeleriyle derinlemesine ilgilenecek, karmaşık sorunları çözmek ve sistem performansını optimize etmek için bunları nasıl etkili bir şekilde uygulayacaklarını öğreneceklerdir. Dersin pratik yönleri, öğrencilerin bilgisayar sistemleri ve yazılım çözümleri tasarlama ve uygulama konusunda yeterlilik kazanmalarına olanak tanıyan gerçek dünya senaryolarını simüle eden uygulamalı projeler ve laboratuvarları içerir. Öğrencilerin teknolojik kararlarının sorumluluklarını ve sonuçlarını anlamalarını sağlamak için etik hususlar da vurgulanmaktadır. Dersin sonunda öğrenciler, hızla gelişen teknolojik ortamda kendilerini yazılım mühendisliği, sistem mimarisi, ağ yönetimi ve ötesi gibi alanlarda kariyere hazırlayan kapsamlı bir beceri seti edinmiş olacaklardır.
Dersin Ön Koşulları	Ön koşul yoktur
Kaynaklar	Çelik, İ., & Yıldırım, S. (2021). Bilgisayar mühendisliği temelleri. Gazi Kitabevi. Kılıç, İ. (2020). Bilgisayar ağları ve iletişim teknolojileri (2. baskı). Seçkin Yayıncılık. Erdem, F. (2019). Veri tabanı yönetim sistemleri: Tasarım, uygulama ve geliştirme. Nobel Yayın Dağıtım. Kara, R. (2018). Bilgisayar sistem mimarisi. Palme Yayıncılık. Genç, A. (Ed.). (2020). Bilgisayar grafikleri ve görselleştirme. Anı Yayıncılık. Yüksel, M. (2021). Yazılım mühendisliği: Temel kavramlar ve yöntemler. Pegem Akademi. Erdil, N. (2022). Yapay zeka ve makine öğrenimi. Detay Yayıncılık.

	Özgür, A. (2019). Web programlama ve uygulamaları. Detay Yayıncılık.			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüz yüze			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	% 20	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	% 30	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%50
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	%30	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	%20	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	5	70
	Ödevler	1	10	10
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):126</b>		<b>Toplam Saat/25 = 5</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:			
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bilgisayar Sistemi Tasarımında Yeterlilik Gösterir.</li> <li>2. Ağ Kavramlarını Kullanır.</li> <li>3. Yazılım Geliştirme Becerilerini Uygular.</li> <li>4. Teknolojileri Değerlendirir ve Seçer.</li> <li>5. Etkili İşbirliği Yapar.</li> </ol>			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Bilgisayar Teknolojilerine Giriş	
	2	İşletim Sistemleri ve Sistem Yazılımı	
	3	Ağ Temelleri	
	4	Yazılım Geliştirme Temelleri	
	5	Veritabanı Yönetim Sistemleri	
	6	Bilgisayar Mimarisi ve Organizasyonu	
	7	Web Teknolojilerine Giriş.	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Yazılım Mühendisliği İlkeleri	



10	Bilgisayar Grafikleri ve Görselleştirme	
11	Siber Güvenlik Temelleri	
12	Ağ Oluşturmada İleri Konular	
13	Yapay Zekaya Giriş	
14	Yazılım Testi ve Kalite Güvencesi	
15	Teknolojide Proje Yönetimi	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
ÖÇ2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
ÖÇ3	1	2	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2
ÖÇ4	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
ÖÇ5	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	XXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION	
<b>Course Code and Title</b>	HIT3011 Computer Technologies and Design Techniques
<b>Credit (ECTS)</b>	5
<b>Semester</b>	5
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory
<b>Language of Instruction</b>	Turkish
<b>Objectives of Course</b>	<p>The course "Computer Technology and Design Techniques" aims to equip students with a comprehensive understanding of core computer technologies and principles of design. Throughout the course, students will explore fundamental concepts such as hardware architecture, software systems, networking fundamentals, and their integration into cohesive computer systems. The objectives include fostering critical thinking and problem-solving skills through practical application in designing and implementing computer systems and software solutions. Students will also develop proficiency in evaluating and selecting appropriate technologies and methodologies for various design challenges. Furthermore, the course emphasizes ethical considerations in technology use and prepares students for careers in fields like software engineering, system design, and network administration by providing hands-on experience and a solid foundation in current and emerging technologies</p>
<b>Course Content</b>	<p>The course "Computer Technologies and Design Techniques" delves into a diverse array of subjects essential to modern computing. Topics covered include hardware components and architecture, software systems and development methodologies, networking fundamentals, and the integration of these elements into robust computer systems. Students will engage deeply with design principles, learning how to apply them effectively to solve complex problems and optimize system performance. Practical aspects of the course include hands-on projects and labs that simulate real-world scenarios, allowing students to gain proficiency in designing and implementing computer systems and software solutions. Ethical considerations are also emphasized, ensuring students understand the responsibilities and implications of their technological decisions. By the end of the course, students will have acquired a comprehensive skill set that prepares them for careers in fields such as software engineering, system architecture, network administration, and beyond, in a rapidly evolving technological landscape.</p>
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.
<b>Resources</b>	<p>Çelik, İ., &amp; Yıldırım, S. (2021). Bilgisayar mühendisliği temelleri. Gazi Kitabevi. Kılıç, İ. (2020). Bilgisayar ağları ve iletişim teknolojileri (2. baskı). Seçkin Yayıncılık. Erdem, F. (2019). Veri tabanı yönetim sistemleri: Tasarım, uygulama ve geliştirme. Nobel Yayın Dağıtım. Kara, R. (2018). Bilgisayar sistem mimarisi. Palme Yayıncılık. Genç, A. (Ed.). (2020). Bilgisayar grafikleri ve görselleştirme. Anı Yayıncılık. Yüksel, M. (2021). Yazılım mühendisliği: Temel kavramlar ve yöntemler. Pegem Akademi. Erdil, N. (2022). Yapay zeka ve makine öğrenimi. Detay Yayıncılık. Özgür, A. (2019). Web programlama ve uygulamaları. Detay Yayıncılık.</p>

<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	% 20	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	% 30	Health	%
	Social Sciences	%	Field	% 50
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	5	70
	Assignments	1	10	10
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:126</b>		<b>Total Duration/25=5</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demonstrates proficiency in computer system design.</li> <li>2. Uses Network Concepts.</li> <li>3. Apply Software Development Skills.</li> <li>4. Evaluates and Selects Technologies.</li> <li>5. Collaborate Effectively..</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Computer Technologies	
	2	Operating Systems and System Software	
	3	Networking Fundamentals	
	4	Software Development Fundamentals	
	5	Database Management Systems	
	6	Computer Architecture and Organization	
	7	Introduction to Web Technologies	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Software Engineering Principles	
	10	Computer Graphics and Visualization	
	11	Cybersecurity Basics	
	12	Advanced Topics in Networking	
13	Introduction to Artificial Intelligence		

	14	Software Testing and Quality Assurance	
	15	Project Management in Technology	
	16	<b>Final Exam</b>	

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
ÖÇ2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
ÖÇ3	1	2	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2
ÖÇ4	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
ÖÇ5	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. XXXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXXXX@marmara.edu.tr





İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3013 Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama			
Dersin Kredisi (AKTS)	5			
Dersin Yarıyılı	5			
Dersin Türü	Bölüm Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Halkla İlişkilerde temel yaklaşımlar ile özel ve kamu kuruluşları, kar amacı gütmeyen işletmeler için uygulamaları ele almak, halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi, sosyal bilimlerle ilişkileri kampanya çeşitleri ve programları, etik konularını ele alınmakta, teori, stratejiler ve taktiklerin günümüzdeki uygulamaları vurgulanmak			
Dersin İçeriği	Halkla ilişkiler ve iletişim, hedef kitle, halkla ilişkiler süreci, halkla ilişkiler uygulamaları, halkla ilişkiler araç ve yöntemleri			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu/ Halkla İlişkiler Nedir Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu/ Sektörün Penceresinden Halkla İlişkiler			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	5	70
	Ödevler	1	10	10
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):126</b>		<b>Toplam Saat/25 = 5</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Halkla ilişkiler kuramlarını açıklar.</li> <li>2. Proje tasarlar, yürütür ve değerlendirir.</li> <li>3. Meslekte profesyonellik ve etik sorumlulukları tartışır.</li> <li>4. Güncel olayları iletişim mesleği kapsamında analiz eder.</li> <li>5. İletişim uygulamalarında teknik ve modern araçları kullanır.</li> </ol>
---------------------------------	--

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Halkla İlişkilerin kavramsal çerçevesi ve yeni yaklaşımlar	
	2	Halkla ilişkiler ve iletişim	
	3	Halkla İlişkiler kuramları ve tarihsel gelişim süreci	
	4	Halkla İlişkiler Eğitimi	
	5	Kurum içi birim mi danışman ajans mı?	
	6	Halkla İlişkiler uygulamalarında hedef kitle	
	7	Halkla İlişkiler uygulama süreci	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Halkla İlişkiler uygulamalarında sosyal sorumluluk	
	10	Halkla İlişkiler ve yeni medya	
	11	Pazarlama iletişiminde halkla ilişkiler	
	12	Proaktif ve reaktif halkla ilişkiler	
	13	Etkinlik yönetimi ve halkla ilişkiler	
	14	Sponsorluk	
	15	Kriz İletişimi	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	4	4	4	3	2	2	2
<b>ÖÇ2</b>	2	1	1	4	3	1	4	3	3	5	0	3	2	2	2	2	1
<b>ÖÇ3</b>	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	3	2	1	5	5	3
<b>ÖÇ4</b>	2	1	2	4	1	3	5	5	5	5	5	2	5	4	5	2	1
<b>ÖÇ5</b>	3	4	5	1	2	2	3	3	5	1	2	3	4	4	5	3	4

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

**Dersin Koordinatörü**

**Prof. Dr. Ebru Özgen**

**İletişim Bilgileri (e-posta)**

eozgen@marmara.edu.tr

<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	<b>Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu</b>
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	filiz@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3013 Theory and Practice in Public Relations			
<b>Credit (ECTS)</b>	5			
<b>Semester</b>	5			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	Basic approaches in Public Relations and applications for private and public organizations and non-profit enterprises are discussed, historical development of public relations, relations with social sciences, campaign types and programs, ethical issues are discussed, and current applications of theory, strategies and tactics are emphasized.			
<b>Course Content</b>	Public relations and communication, target audience, public relations process, public relations practices, public relations tools and methods			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu/ Halkla İlişkiler Nedir Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu/ Sektörün Penceresinden Halkla İlişkiler			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	% 70
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		10 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		60 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	5	70
	Assignments	1	10	10
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:126</b>		<b>Total Duration/25:5</b>		

<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the theories of public relations.</li> <li>2. Design, conduct and evaluate projects.</li> <li>3. Discuss professionalism and ethical responsibilities in the profession.</li> <li>4. Analyze current events within the scope of communication profession.</li> <li>5. Use technical and modern tools in communication practices.</li> </ol>

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Conceptual framework of Public Relations and new approaches	
	2	Public relations and communications	
	3	Public Relations theories and historical development process	
	4	Public Relations Training	
	5	In-house unit or consulting agency?	
	6	Target audience in public relations practices	
	7	Public Relations application process	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Social responsibility in public relations practices	
	10	Public Relations and new media	
	11	Public relations in marketing communications	
	12	Proactive and reactive public relations	
	13	Event management and public relations	
	14	Sponsorship	
	15	Crisis Communication	
16	<b>Final Exam</b>		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	4	4	4	3	2	2	2
ÖÇ2	2	1	1	4	3	1	4	3	3	5	0	3	2	2	2	2	1
ÖÇ3	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	3	2	1	5	5	3
ÖÇ4	2	1	2	4	1	3	5	5	5	5	5	2	5	4	5	2	1
ÖÇ5	3	4	5	1	2	2	3	3	5	1	2	3	4	4	5	3	4

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	<b>Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu</b>

<b>Contact (e-mail)</b>	filiz@marmara.edu.tr
-------------------------	----------------------



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3015 Kriz İletişimi ve İtibar Yönetimi			
Dersin Kredisi (AKTS)	5			
Dersin Yarıyılı	5			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	İtibar, işletmelerin kurumsal kültürüyle ortaya çıkan davranışları, norm ve politikaları ile şekillenen kimliği ve bu kimliğin tüm paydaşlara yansımalarıyla ortaya çıkan algıların bütünüdür. İtibarın yönetilmesi için itibarın bileşenleri iyi bilinmelidir. Kurumsal sosyal sorumluluk, kriz yönetimi ve işletmenin etik değerleri itibar açısından önemli olduğu kadar itibarın korunmasında da en önemli unsurlardır. Ayrıca itibarın yönetilmesi için itibarın ölçümü gereklidir. Dijitalleşmenin sonucu günümüzde çevrimiçi itibar kavramı önem kazanmış ve bu konuda uzmanlaşma zorunluluğunu doğurmuştur. Dolayısıyla itibarı bir bütün olarak tüm bileşenlerini göz önüne alarak yönetmek için halkla ilişkiler uzmanının tüm bu konulara hakim olması gereklidir ve bu da dersinizin amacıdır.			
Dersin İçeriği	İtibar ve ilişkili olduğu kavramlar, itibarın bileşenleri, itibarın ölçülmesi ve çevrimiçi itibarın yönetilmesi, itibar yönetimi açısından kurumsal sosyal sorumluluk ve kriz iletişimi kavramlarını örneklerle incelemek			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	Okay, A. ve Okay, A. (2022) Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, Der Yayınları, İstanbul Özgen, E. (2017) Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri, Profil Kitap, İstanbul Soydaş Uzunçarşılı, A.(2005) “Global İşletmelerde Kurum Kimliği ve Global Marka Kimliği” Çok Kültürlü Ortamlarda Halkla İlişkiler, Kurumsal İletişim ve Yönetim, Der: P.EraslanYayınoglu, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları, Yayın No:11, İstanbul Özbay, D, Selvi, Y.(2014) “Kurumsal İtibarın Ölçümü: Bir Model Önerisi”, Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü, no.76, pp.135-159 (SCI-Expanded)			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze eğitim			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%10	Alan Bilgisi	% 90
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			

	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>
	Ders Süresi	14	3
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	5
	Ödevler	1	10
	Sunum Seminer Hazırlama		
	Ara Sınavlar	1	2
	Uygulama		
	Laboatuvar		
	Proje		
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):126</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. İtibar Yönetiminin bileşenleri bilir ve uygulamada değerlendirir.</li> <li>2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve itibar ilişkisini kurar.</li> <li>3. Kriz dönemlerinde İtibar yönetir.</li> <li>4. İtibar Ölçümü yapar.</li> <li>5. İtibar yönetimi ve etik ilişkisini kurar.</li> </ol>		

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	İtibarı Yönetimi: Tanım ve İlişkili Olduğu Kavramlar	
	2	İtibar Yönetimi: Kurum Kültürü	
	3	İtibar Yönetimi: Kurum Kimliği	
	4	İtibar Yönetimi: İmaj	
	5	İtibarın Bileşenleri	
	6	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İtibar	
	7	Kriz Yönetimi ve İtibar	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	İtibarın Ölçümü ve Fortune Dergisi	
	10	İtibar Endeksleri	
	11	Türkiye İtibar Endeksleri	
	12	Çevrimiçi İtibar :Tanım ve Örnekler	
	13	Çevrimiçi İtibarın Yönetilmesi: SEM, SEO ve Sosyal Medya	
	14	İtibar Yönetimi ve Etik	
	15	Öğrenci Çalışmaları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2	4	4	3	3	2	1	3	3	4	5	5	5	4	4	4	3
ÖÇ2	3	5	5	5	4	1	1	4	3	4	5	5	5	5	5	5	2
ÖÇ3	2	4	5	4	4	1	1	5	4	4	5	5	3	5	3	5	5
ÖÇ4	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	4	2	1	3	2
ÖÇ5	4	4	3	2	2	1	1	3	1	5	5	2	4	5	5	5	4
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru Ozgen								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Prof. Dr. Ayda Uzunçarşılı Soydaş								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									aydaus@marmara.edu.tr								



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3015 Crisis Communication and Reputation Management			
<b>Credit (ECTS)</b>	5			
<b>Semester</b>	5			
<b>Type of Course Unit</b>	Mandatory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	<p>Reputation is the whole of the identity of businesses shaped by their corporate culture, behaviors, norms and policies, and the perceptions that arise from the reflection of this identity to all stakeholders. In order to manage reputation, the components of reputation must be well known. Corporate social responsibility, crisis management and ethical values of the business are important in terms of reputation as well as the most important elements in protecting reputation. In addition, reputation measurement is necessary to manage reputation. As a result of digitalization, the concept of online reputation has gained importance today, necessitating specialization in this field. Therefore, in order to manage reputation as a whole, taking into account all its components, the public relations specialist must master all these issues, and this is the purpose of the course.</p>			
<b>Course Content</b>	İtibar ve ilişkili olduğu kavramlar, itibarın bileşenleri, itibarın ölçülmesi ve çevrimiçi itibarın yönetilmesi, itibar yönetimi açısından kurumsal sosyal sorumluluk ve kriz iletişimi kavramlarını örneklerle incelemek			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	<p>Okay, A. ve Okay, A. (2022) Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, Der Yayınları, İstanbul</p> <p>Özgen, E. (2017) Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri, Profil Kitap, İstanbul</p> <p>Soydaş Uzunçarşılı, A.(2005) “Global İşletmelerde Kurum Kimliği ve Global Marka Kimliği” Çok Kültürlü Ortamlarda Halkla İlişkiler, Kurumsal İletişim ve Yönetim, Der: P.EraslanYayınoglu, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları, Yayın No:11, İstanbul</p> <p>Özbay, D, Selvi, Y.(2014) “Kurumsal İtibarın Ölçümü: Bir Model Önerisi”, Yönetim Dergisi:İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü, no.76, pp.135-159 (SCI-Expanded)</p>			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 10	Field	% 90
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		10 %

	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	60 %	
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	5	70
	Assignments	1	10	10
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:126</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluates components of Reputation Management in practice.</li> <li>2. Establishe the relationship between Corporate Social Responsibility and reputation.</li> <li>3. Manage Reputation in times of crisis.</li> <li>4. Make Reputation Measurement.</li> <li>5. Establish the relationship between reputation management and ethics. .</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Reputation Management: Definition and Related Concepts	
	2	Reputation Management: Corporate Culture	
	3	Reputation Management: Corporate Identity	
	4	Reputation Management: Image	
	5	Components of Reputation	
	6	Corporate Social Responsibility and Reputation	
	7	Crisis Management and Reputation	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Measurement of Reputation and Fortune Magazine	
	10	Reputation Indices	
	11	Türkiye Reputation Indices	
	12	Online Reputation: Definition and Examples	
	13	Managing Online Reputation: SEM, SEO and Social Media	
	14	Reputation Management and Ethics	
	15	Student assignments	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			



	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2	4	4	3	3	2	1	3	3	4	5	5	5	4	4	4	3
ÖÇ2	3	5	5	5	4	1	1	4	3	4	5	5	5	5	5	5	2
ÖÇ3	2	4	5	4	4	1	1	5	4	4	5	5	3	5	3	5	5
ÖÇ4	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	4	2	1	3	2
ÖÇ5	4	4	3	2	2	1	1	3	1	5	5	2	4	5	5	5	4
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru Özgen															
<b>Contact (e-mail)</b>		eozgen@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Prof. Dr. Ayda Uzunçarşılı Soydaş															
<b>Contact (e-mail)</b>		aydaus@marmara.edu.tr															



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3017 New Media (Yeni Medya)			
Dersin Kredisi (AKTS)	5			
Dersin Yarıyılı	5			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Öğrencilere yeni medyanın tarihini ve dijitalleşmenin iletişim ortamını nasıl etkilediğini öğretmek. Yeni medyaya yönelik teorik yaklaşımlar konusunda farkındalık yaratmak. Yeni medyanın sosyal, ekonomik, politik ve kültürel yönlerini tartışmak.			
Dersin İçeriği	Yeni Medya Nedir? Geleneksel ve Yeni Medya arasındaki farklar. Web aşamaları (web 1.0, web 2.0, web 3.0 vb...), Web ve bilgi toplumunun evrimi, Sosyal Medyaya eleştirel bir yaklaşım.			
Dersin Ön Koşulları	Yok			
Kaynaklar	Sınıf notları, Kitap ve makaleler (Aşağıda belirtilmiştir).			
Dersin Öğretim Şekli	Sınıfta / Örgün			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>	<b>2</b>	<b>100 %</b>		
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	12	4	48
	Ödevler	8	4	32
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	1	1
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
<b>Toplam İş Yüğü (saat):124</b>		<b>Toplam Saat/25 = 5</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamladıktan sonra öğrenci:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yeni medyanın ne anlama geldiğini sorgular.</li> <li>2. Yeni medyanın tarihini açıklar</li> <li>3. Hem geleneksel hem de Yeni Medyaya analitik bir yaklaşıma sahiptir.</li> <li>4. Yeni Medyayı sosyal ve kültürel boyutlarıyla değerlendirebilir.</li> <li>5. Dijitalleşmenin medya ortamındaki etkilerini açıklar.</li> </ol>

	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	1	Derse Giriş ve Genel Tanışma
2		Yeni Medya Nedir? Geleneksel ve Yeni Medya arasındaki farklar	Logan, R. (2012). Understanding New Media
3		Yeni Medyanın Tarihi	Aghaei et al. (2012). Evolution of the World Wide Web
4		Yeni Medyanın Tarihi (Devam)	Manovich, L. (2021). Introduction to New Media
		Web 1.0-Web 2.0-Web 3.0	Singh et al, (2011). Technological march from Web 1.0- 3.0
6		Web 1.0-Web 2.0-Web 3.0 (Devam)	Singh et al, (2011). Technological march from Web 1.0- 3.0
7		Genel Tekrar	
8		<b>ARA SINAV</b>	
9		Gözetim ve Sosyal Medya Tartışmaları	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
10		Sosyal Medyada Sosyal Olan Nedir) (Durkheim analizi)	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
11		Sosyal Medyada Sosyal Olan Nedir) (Tönnies Analizi)	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
12		Sosyal Medyada Sosyal Olan Nedir) (Weber analizi)	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction

	13	Sosyal Medyada Sosyal Olan Nedir? (Marx Analizi)	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
	14	Hakikat Sonrası Dönem (Post-Truth Era) ve Yeni Medyanın Etkisi Üzerine Tartışmalar	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
	15	Genel Tekrar	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4										4					4	4
ÖÇ2		3		3						4					3		
ÖÇ3			3				2		3			3		2			
ÖÇ4					4			2					2				
ÖÇ5						3											

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Sinem Güdüm
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	sinem.gudum@marmara.edu.tr



Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3017 New Media			
<b>Credit (ECTS)</b>	5			
<b>Semester</b>	5			
<b>Type of Course Unit</b>	Mandatory			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	To teach students the history of new media and how digitization affected the communication landscape. Raising awareness of the theoretical approaches to new media. Discussing the social, economic, political, and cultural aspects of new media.			
<b>Course Content</b>	What's New Media? Differences between traditional & New Media. Web phases (web 1.0, web 2.0, web 3.0 etc...), Evolution of the web and information society, a critical approach to Social Media.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	Class notes, books, articles, audio-visual resources			
<b>Mode of Delivery</b>	Mailing, and in class			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>	<b>2</b>		<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Workload</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	6	4	24
	Presentation			
	Mid-terms	1	1	1
	Practice	8	3	24
	Laboratory			
	Project	2	3	6
	Course Duration			
<b>Total Workload:125</b>		<b>Total Duration/25:5</b>		

<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Question what new media means.</li> <li>2. Explain the history of new media</li> <li>3. Have an analytical approach to both traditional and New Media.</li> <li>4. Evaluate New Media with its social and cultural dimensions.</li> </ol>

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	General Introduction to the course	
	2	What's New Media? Differences between traditional & New Media	Logan, R. (2012). Understanding New Media
	3	History of New Media	Aghaei et al. (2012). Evolution of the World Wide Web
	4	History of New Media (Continued)	Manovich, L. (2021). Introduction to New Media
	5	Web 1.0-Web 2.0-Web 3.0	Singh et al, (2011). Technological march from Web 1.0- 3.0
	6	Web 1.0-Web 2.0-Web 3.0 (Continued)	Singh et al, (2011). Technological march from Web 1.0- 3.0
	7	General Review for the Midterm	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Debates on Surveillance & Social Media	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
	10	What is Social in Social Media - (Durkheim analysis)	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
	11	What is Social in Social Media - (Tönnies Analysis)	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
	12	What is Social in Social Media - (Weber Analysis)	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
	13	What is Social in Social Media - (Marx Analysis)	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
	14	Debates on Post-Truth & Impact of New Media	Fuchs, C. (2016). Social media: A Critical Introduction
	15	General Review for the Finals	
16	<b>Final Exam</b>		

<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>																	
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4										4					4	4
ÖÇ2		3		3						4					3		
ÖÇ3			3				2		3			3		2			
ÖÇ4					4			2					2				
ÖÇ5						3											
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>					Prof. Dr. Ebru Özgen												
<b>Contact (e-mail)</b>					eozgen@marmara.edu.tr												
<b>Lecturer of the Course</b>					Assoc. Prof. Dr. Sinem Güdüm												
<b>Contact (e-mail)</b>					sinem.gudum@marmara.edu.tr												



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	THU 100- TOPLUMA HİZMET UYGULAMALARI			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	1			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	5			
<b>Dersin Türü</b>	UYGULAMA			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	TÜRKÇE			
<b>Dersin Amacı</b>	Öğrencinin toplumsal sorumluluk konusunda farkındalığını arttırmak, toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlaması, toplumsal gerçekliklere ait farkındalığını arttırmak, toplum ile işbirliği, dayanışma ve iletişim içinde olmasını sağlamak ve özdeğerlendirme becerisini geliştirmektir.			
<b>Dersin İçeriği</b>	Toplumsal hizmet uygulamaları alanına dair temel bilgiler, uygulama aşamaları, proje tasarlama, proje yürütme, proje sonuçlarına ait rapor hazırlama			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Dersin ön koşulu yok			
<b>Kaynaklar</b>	Farkındalık ve gönüllülük faaliyetleri üzerine yazılmış raporlar, araştırmalar, istatistik verileri, broşürleri gibi süreli ve süresiz yazılı çalışmalar			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüz yüze			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav			
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje	1	100%	
	Yarıyıl Sonu Sınavı			
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		



AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi			
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama	1	1	1
	Ara Sınavlar			
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje	1	1	1
	Yarıyıl Sonu Sınavı			
<b>Toplam İş Yüğü (saat):30</b>		<b>Toplam Saat/25 = 1</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Topluma hizmet uygulamalarının önemini açıklar</li> <li>2. Toplumsal sorunların çözümüne ilişkin proje tasarlar.</li> <li>3. Çeşitli kurum ve kuruluşlarla iş birliği yapar.</li> <li>4. Proje sonuçlarına ilişkin rapor hazırlar.</li> <li>5. Projeleri bilimsel raporlamaya uygun şekilde sunar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Topluma Hizmet Uygulamaları Dersi Mevzuat Bilgilendirme	
	2	Ders ve projelerle ilgili bilgilendirme	
	3	Projelerin değerlendirilmesi	
	4	Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Proje Çalışması	
	5	Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Proje Çalışması	
	6	Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Proje Çalışması	
	7	Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Proje Çalışması	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Proje Çalışması	
	10	Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Proje Çalışması	
	11	Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Proje Çalışması	
	12	Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Proje Çalışması	
	13	Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Proje Çalışması	
	14	Sivil Toplum Kuruluşlarıyla Proje Çalışması	
	15	Çalışmaların Rapor Halinde Sunulması	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1				4													
ÖÇ2				4													
ÖÇ3				4													
ÖÇ4				4													
ÖÇ5				4													
<b>Katkı Düzeyi: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek</b>																	

ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı	
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Tuba Kalçık Üstündağ
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	tuba.kalcik@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	THU 100- Community Service Applications			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	1			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	5			
<b>Dersin Türü</b>	Practical			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Turkish			
<b>Dersin Amacı</b>	To help students understand the importance of being an individual serving the society, learn the current legislation, identify social problems and create projects related to their solutions, provide an environment for their applications and develop their skills in analyzing the results of their activities.			
<b>Dersin İçeriği</b>	Toplumsal hizmet uygulamaları alanına dair temel bilgiler, uygulama aşamaları, proje tasarlama, proje yürütme, proje sonuçlarına ait rapor hazırlama			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	There are no prerequisites for this course			
<b>Kaynaklar</b>	Reports, research, articles, statistics, brochures, periodicals and non-periodical publications, online publications of NGOs on awareness and volunteering activities.			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Face to face			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav			
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje	1	100%	
	Yarıyıl Sonu Sınavı			
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi			
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama	1	1	1
	Ara Sınavlar			
	Uygulama			
	Laboaratuar			
	Proje	1	1	1
	Yarıyıl Sonu Sınavı			
<b>Toplam İş Yüğü (saat):30</b>		<b>Toplam Saat/25 = 1</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the importance of community service practices</li> <li>2. Design projects to solve social problems.</li> <li>3. Cooperate with various institutions and organizations.</li> <li>4. Prepare a report on project results.</li> <li>4. Present projects in accordance with scientific reporting.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Community Service practices, course legislation information	
	2	Information about courses and projects	
	3	Evaluation of project drafts	
	4	Working with non-governmental organizations and institutions projects	
	5	Working with non-governmental organizations and institutions projects	
	6	Working with non-governmental organizations and institutions projects	
	7	Working with non-governmental organizations and institutions projects	
	8	<b>Midterm Exam</b>	
	9	Working with non-governmental organizations and institutions projects	
	10	Working with non-governmental organizations and institutions projects	
	11	Working with non-governmental organizations and institutions projects	
	12	Working with non-governmental organizations and institutions projects	

	13	Working with non-governmental organizations and institutions projects	
	14	Working with non-governmental organizations and institutions projects	
	15	Presentation and evaluation of event results in a report	
	16	<b>Final Exam</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1				4													
ÖÇ2				4													
ÖÇ3				4													
ÖÇ4				4													
ÖÇ5				4													

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Tuba Kalçık Üstündağ
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	tuba.kalcik@marmara.edu.tr



Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3031 Reklamda Analiz Teknikleri (Advertisement Analysis Techniques)			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	5			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Öğrencilere insan duygularının önemini ve satın alma davranışlarını nasıl şekillendirdiklerini öğretmek.			
Dersin İçeriği	Duyguların incelenmesi, tüketici alışveriş davranışı analizinde uzun süredir gelişen bir araştırma alanı olmuştur. İnsan duygularının etkisi ve insanların bu duyguları nasıl ele almaya çalıştıkları, reklam kampanyalarının simbiyotik ve örnek olay analizi yoluyla incelenecektir.			
Dersin Ön Koşulları	Yok			
Kaynaklar	Sınıf notları, Kitap ve makaleler (Aşağıda belirtilmiştir).			
Dersin Öğretim Şekli	Sınıfta / Örgün			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	6	4	24
	Sunum Seminer Hazırlama	6	3	18
	Ara Sınavlar	1	1	1
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje	2	3	6
	Yarıyıl Sonu Sınavı	2	3	6
<b>Toplam İş Yüğü (saat):125</b>		<b>Toplam Saat/25 = 5</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1- Duyguların tüketim üzerindeki etkisi konusunda farkındalık kazanın.</li> <li>2- Reklamlardaki vaka çalışmalarını analiz edebilecektir.</li> <li>3- Reklamlara analitik yaklaşım ve eleştirel analiz becerisine sahip olur.</li> <li>4- Reklamlardaki duygusal çekicilik kullanımları tespit edebilir.</li> <li>5- Tüketici psikolojisini ve bunun reklama etkisini genel olarak analiz edebilecektir.</li> </ol>

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Derse Giriş ve Genel Tanışma	
	2	Duygusal çekiciliklerin tüketici davranışlarına etkisi	Roy, Garn. (1960). The Magic Power of Emotional Appeals
	3	Duygusal Çekicilikler ve Reklamcılık	Roy, Garn. (1960). The Magic Power of Emotional Appeals
	4	Edward Bernays ve Kampanyaları	Tye, L. (2021). The Father of Spin.
	5	Edward Bernays ve Kampanyaları	Tye, L. (2021). The Father of Spin.
	6	Cialdini Reklam Çözümleri / Sınıf egzersizi	Cialdini, R. (2006). The Science of Persuasion.
	7	Genel Tekrar	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Örnek Vaka Çözümlemeleri / Sınıf	Prezentasyon ve reklam izleme video
	10	Örnek Vaka Çözümlemeleri / Sınıf	Prezentasyon ve reklam izleme video
	11	Örnek Vaka Çözümlemeleri / Sınıf	Prezentasyon ve reklam izleme video
	12	Örnek Vaka Çözümlemeleri / Sınıf	Prezentasyon ve reklam izleme video
13	Örnek Vaka Çözümlemeleri / Sınıf	Prezentasyon ve reklam izleme video	

	14	Örnek Vaka Çözümlenmeleri / Sınıf														Prezentasyon ve reklam izlenice video	
	15	Genel Tekrar															
	16	YARIYIL SONU SINAVI															
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4										4					4	4
ÖÇ2		3		3						4					3		
ÖÇ3			3				2		3			3		2			
ÖÇ4					4			2					2				
ÖÇ5						3											
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>							Prof. Dr. XXXXXX										
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>							XXXX@marmara.edu.tr										
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>							Doç. Dr. Sinem Güdüm										
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>							sinem.gudum@marmara.edu.tr										





Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3031 Advertisement Analysis Techniques			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	5			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	Teaching students the importance of human emotions, and how they shape their buying behavior.			
<b>Course Content</b>	The study of emotions has long been a thriving area of research within consumer shopping behavior analysis. The effect of human emotions, and the way people try to handle these emotions, will be examined through some analysis of advertising campaigns via symbiotics and case study analysis.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	Class notes, books, articles, audio-visual resources			
<b>Mode of Delivery</b>	Mailing, and in class			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
	<b>Total</b>			<b>100 %</b>
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	6	4	24
	Presentation	6	3	18
	Mid-terms	1	1	1
	Practice			
	Laboratory			
	Project	2	3	6
	Course Duration	2	3	6
<b>Total Workload:125</b>		<b>Total Duration/25:5</b>		



**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Assoc. Prof. Dr. Sinem Gdm
<b>Contact (e-mail)</b>	sinem.gudum@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. Sinem Gdm
<b>Contact (e-mail)</b>	sinem.gudum@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3033 / Animasyon Teknikleri ve Oyun			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	5			
Dersin Türü	Secmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Animasyona başlangıç düzeyinde temel teknikleri öğretmek.			
Dersin İçeriği	Animasyonda stop-motion, rotoscoping, kukla ve cut-out yapımı gibi teknikler, temel animasyon bilgisi ile daha gerçekçi animasyonlar hazırlamanın yolları...			
Dersin Ön Koşulları				
Kaynaklar	Maureen Furniss, Animasyonun Kutsal Kitabı			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%20	Alan Bilgisi	%80
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	3	42
	Ödevler	7	4	28
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):117</b>		<b>Toplam Saat/25 = 5</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Animasyon hakkında tarihsel bilgi edinilir.</li> <li>2. Animasyon teknikleri öğrenilir.</li> <li>3. Animasyon için malzeme hazırlanır.</li> <li>4. Animasyon teknikleri uygulanır.</li> <li>5. İletişim sektöründe animasyon uygulamaları ile ilgili beceriler sağlanır.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Giriş ve tanışma	
	2	Animasyonun Kısa Tarihi 1. Bölüm (Flipbook ödevi)	
	3	Animasyonun Kısa Tarihi 2. Bölüm (Rotoscoping Ödevi)	
	4	Zamanlama ve diğer temel kavramlar	
	5	Cut-Out kuklası yapımı ve teknikler (ödevi var)	
	6	Stop motion için kukla armatürü ve yapımı (ödevi var)	
	7	Stop motion kuklası giydirme ve canlandırma (ödevi var)	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Arasınav sonrası değerlendirme ve yeni dönem ödevleri ve final projesi için bilgilendirme	
	10	Animasyonun 12 İlkesi	
	11	Cut-out kukla ile yürüme döngüsü	
	12	Aftereffects Kukla Aracı	
	13	Adobe Animate ile yürüme döngüsü	
14	Final projesi örnekleri ve 12 ilkenin uygulanması (final projesi için planlama ödevi)		

	15	Final projesi planlarının değerlendirilmesi ve final projesi için çalışmanın başlangıcı	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1																	
ÖÇ2			1									1					
ÖÇ3							1										
ÖÇ4	1									1							
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. XXXXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Yavuz Demirbaş
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	yavuz.demirbas@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	ILT3008/Animation Applications			
Credit (ECTS)	3			
Semester	5			
Type of Course Unit	Selective			
Language of Instruction	Turkish			
Objectives of Course	Teaching basic techniques of animation			
Course Content	Techniques such as stop-motion, flipbook, rotoscoping, stop motion puppet and cut-out puppet making in animation, ways to create more realistic animations with basic animation knowledge...			
Prerequisites				
Resources	Maureen Furniss, The Animation Bible			
Mode of Delivery	Face to face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 20	Field	% 80
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
ECTS Allocated Based on Student Workload	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	3	42
	Assignments	7	4	28
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load: 117</b>		<b>Total Duration/25:5</b>		



<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Historical information about animation is obtained.</li> <li>2. Animation techniques are learned.</li> <li>3. Material is prepared for animation.</li> <li>4. Animation techniques are applied.</li> <li>5. Skills related to animation applications in the communication sector are provided.</li> </ol>

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction	
	2	Short History of Animation 1	
	3	Short History of Animation 2	
	4	Timing, spacing and other basic concepts	
	5	Cut-out puppet	
	6	Puppet armature	
	7	Stop-motion puppet	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Evaluation of student works and information about final project	
	10	12 Principles of animation	
	11	Cut-out puppet walk cycle	
	12	Aftereffects Puppet Tool	
	13	Adobe Animate Walk cycle	
	14	Final project examples and how to show 12 principles of animation in final projects	
	15	Evaluation of final project plans and beginning of final project	
16	<b>Final Exam</b>		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1																	
ÖÇ2			1									1					
ÖÇ3							1										
ÖÇ4	1									1							
ÖÇ5																	

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. XXXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXX@marmara.edu.tr

<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. Yavuz Demirbaş
<b>Contact (e-mail)</b>	yavuz.demirbas@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	HIT3035 Atölye			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	3			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	5			
<b>Dersin Türü</b>	s			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe			
<b>Dersin Amacı</b>	Derste, öğrencilerin teorik bilgiyi uygulama ile birleştirmeyi amaçlayan projeler ve uygulama alanları geliştirmeleri için kriz yönetimi, etkinlik yönetimi, sponsorluk, sosyal medya yönetimi gibi alanlarında gündelik hayattan örneklerle atölye çalışmaları yapmak ve bu sayede bilgi ve becerilerini arttırmak amaçlanmaktadır.			
<b>Dersin İçeriği</b>	Sosyal sorumluluk projesi hazırlama, kriz iletişim planı hazırlama, sponsorluk projesi hazırlama, etkinlik yönetimi çalışmaları, metin yazarlığı, basın bülteni yazma, sosyal medya yönetimi			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	-			
<b>Kaynaklar</b>	Ebru Özgen, Sosyal Sorumluluk Projeleri, Filiz Balta Peltekoğlu, Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Örgün			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosyal sorumluluk projesi oluşturarak, uygular</li> <li>2. Kriz iletişim planı hazırlar</li> <li>3. İyi bir metin yazabilmenin gereklerini tanımlar</li> <li>4. Sosyal medya yönetiminin önemini tanımlar</li> <li>5. Etkinlik yönetimi stratejilerini tanımlar</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Atölye çalışmalarına giriş	
	2	Proje nedir? Nasıl oluşturulur?	
	3	Proje nedir? nasıl oluşturulur?	
	4	Sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik projeleri	
	5	Kriz iletişim planı hazırlama	
	6	Etkinlik Yönetimi	
	7	Sponsorluk dosyası hazırlama	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Öğrenci atölye çalışmaları	
	10	Öğrenci atölye çalışmaları	
	11	Öğrenci atölye çalışmaları	
	12	Öğrenci atölye çalışmaları	
	13	Öğrenci atölye çalışmaları	
	14	Öğrenci atölye çalışmaları	
	15	Öğrenci atölye çalışmaları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	2	2	5	2
ÖÇ2	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	2	2	5	2
ÖÇ3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	2	2	5	2
ÖÇ4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	2	2	5	2
ÖÇ5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	2	2	5	2
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									<b>Prof. Dr. Ebru Özgen</b>								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>																	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>																	



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3035 Workshop			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	5			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of the course is to conduct workshops with examples from daily life in areas such as crisis management, event management, sponsorship and social media management, so that students can develop projects and application areas that aim to combine theoretical knowledge with practice, and thus increase their knowledge and skills.			
<b>Course Content</b>	Preparing a social responsibility project, preparing a crisis communication plan, preparing a sponsorship project, event management studies, copywriting, press release writing, social media management.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	Ebru Özgen, Sosyal Sorumluluk Projeleri, Filiz Balta Peltekoğlu, Halkla İlişkilerde Kuram ve Uygulama			
<b>Mode of Delivery</b>	In Class			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work- Load</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work - Load: 77</b>		<b>Total Duration: 12</b>		
		<b>77:12= 6</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- be able to creates and implements a social responsibility project</li> <li>2- be able- to prepares a crisis communication plan</li> <li>3- be able to defines the requirements for writing a good text</li> <li>4- be able to defines the importance of social media management</li> <li>5- be able to defines event management strategies</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to workshops	
	2	What is the project? How is it created?	
	3	What is the project? How is it created?	
	4	Social responsibility projects and sustainability	
	5	Preparing a crisis communication plan	
	6	Event Management	
	7	Preparing sponsorship file	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Student workshops	
	10	Student workshops	
	11	Student workshops	
	12	Student workshops	
	13	Student workshops	
	14	Student workshops	
	15	Student workshops	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	2	2	5	2
ÖÇ2	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	2	2	5	2
ÖÇ3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	2	2	5	2
ÖÇ4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	2	2	5	2
ÖÇ5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	2	2	5	2

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	
<b>Contact (e-mail)</b>	





**Ders Tanımlama Formu (Türkçe)**

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	HIT3037 Metin Yazarlığı			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	3			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	5			
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe			
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı, öğrencilere reklam metin yazarlığı ile ilgili teorik ve pratik bilgiler kazandırmaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>	Reklam kavramı, reklam ve araştırma, reklam türleri, reklam ve yaratıcılık, temel yaratıcı stratejiler, gazete, dergi, televizyon, açık hava ve internet ortamı için reklam metin yazımı konuları bu ders kapsamında incelenecektir.			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
<b>Kaynaklar</b>	-Elden, M. (2003). Reklam Yazarlığı, İstanbul: İletişim Yayınları. -Batı, U. (2010). Reklamın Dili, İstanbul: Alfa Yayınları. -Book, A. C. ve Schick, C. D. (1998). Reklamcılıkta Metin ve Taslağın İlkeleri, Çev.: D. Şendil, İstanbul: Yayınevi Yayıncılık. -Tosun, N., Tüzel Uraltaş, N., Nas, A., Özkaya, B., Güdüm, S. Ertürk, B., Dönmez, M., Çerçi, M., Ülker, Y., Cesur, D. K., Varol, E. ve Kıçır, İ. (2018). Reklam Yönetimi. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüz yüze			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	25 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	25 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	17	4	68
	Ödevler	1	4	5
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	5	4
	Uygulama			
	Laboaratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	6	6
<b>Toplam İş Yüğü (saat)=125</b>		<b>Toplam Saat/25=5</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Reklam kampanyası açısından reklam metin yazarlığının önemini açıklar.</li> <li>2- Reklam türlerini tanımlar.</li> <li>3- Temel yaratıcı stratejileri yorumlar.</li> <li>4- Farklı reklam ortamları için reklam metni hazırlar.</li> <li>5- Reklam metin yazarlığı ile ilgili teorik bilgilerini pratikte kullanır.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Reklam Kavramı	
	2	Reklam ve Araştırma	
	3	Reklam Türleri-1	
	4	Reklam Türleri-2	
	5	Reklam ve Yaratıcılık	
	6	Temel Yaratıcı Stratejiler-1	
	7	Temel Yaratıcı Stratejiler-2	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Gazete ve dergi için reklam metin yazımı	
	10	Televizyon için reklam metin yazımı	
	11	Açık hava reklam ortamları için reklam metin yazımı	
	12	İnternet ortamı için reklam metni yazımı	
	13	Örnek uygulamalar-1	
	14	Örnek uygulamalar-2	
	15	Genel Değerlendirme	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	0	4	0	4	5	4	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	4
ÖÇ2	0	4	0	4	5	4	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	4
ÖÇ3	0	4	0	4	5	4	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	4
ÖÇ4	0	4	0	4	5	4	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	4
ÖÇ5	0	4	0	4	5	4	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	4
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Doç. Dr. Betül ÖZKAYA								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									betulozkaya@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>																	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>																	



Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3037 Copywriting			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	5			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The purpose of this course is to present the theoretical and practical information related to advertising copywriting.			
<b>Course Content</b>	Advertising concept, advertising and research, ad types, advertising and creativity, basic creative strategies, advertising copywriting for newspaper, magazine, television, outdoor, internet medium will be examined in this course.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	<p>-Elden, M. (2003). Reklam Yazarlığı, İstanbul: İletişim Yayınları.</p> <p>-Batı, U. (2010). Reklamın Dili, İstanbul: Alfa Yayınları.</p> <p>-Book, A. C. ve Schick, C. D. (1998). Reklamcılıkta Metin ve Taslağın İlkeleri, Çev.: D. Şendil, İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.</p> <p>-Tosun, N., Tüzel Uraltaş, N., Nas, A., Özkaya, B., Güdüm, S. Ertürk, B., Dönmez, M., Çerçi, M., Ülker, Y., Cesur, D. K., Varol, E. ve Kiçir, İ. (2018). Reklam Yönetimi. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.</p>			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	% 70
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		25 %
	Quizzes			
	Assignment	1		25 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			

	Final Examination	1	50 %
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	17	4	68
	Assignments	1	4	4
	Presentation			
	Mid-terms	1	5	5
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	6	6
<b>Total Work Load=125</b>		<b>Total Duration/25=5</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the importance of copywriting in terms of advertising campaign.</li> <li>2. Define ad types.</li> <li>3. Interpret the basic creative strategies.</li> <li>4. Prepares advertising copy for different advertising media.</li> <li>5. Use their theoretical knowledge about advertising copywriting with practice.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Advertising concept	
	2	Advertising and research	
	3	Ad types-1	
	4	Ad types-2	
	5	Advertising and creativity	
	6	Basic Creative Strategies-1	
	7	Basic Creative Strategies-2	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Advertising copywriting for newspapers and magazines	
	10	Advertising copywriting for television	
	11	Copywriting for outdoor advertising	
	12	Advertising copywriting for internet	
13	Case studies-1		

	14	Case studies-2	
	15	Review	
	16	<b>Final Exam</b>	

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	0	4	0	4	5	4	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	4
ÖÇ2	0	4	0	4	5	4	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	4
ÖÇ3	0	4	0	4	5	4	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	4
ÖÇ4	0	4	0	4	5	4	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	4
ÖÇ5	0	4	0	4	5	4	0	0	4	4	4	4	4	4	3	3	4

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Doç. Dr. Betül ÖZKAYA
<b>Contact (e-mail)</b>	betulozkaya@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	
<b>Contact (e-mail)</b>	



İletişim Fakültesi

### Örnek: Ders Tanımlama Formu

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT 3039- Paydaş İletişimi			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	5			
Dersin Türü	Bölüm Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Her kuruluşun ve projenin başarısı için paydaşlarla iletişim hayati öneme sahiptir. Bu kapsamda dersin amacı, halkla ilişkiler öğrencilerinin farklı paydaşları tanımlamalarını ve bu paydaşların iletişim ihtiyaçlarına uygun bir şekilde farklı etki tekniklerini kullanarak güven ve işbirliğinin nasıl oluşturulabileceğini ve farklı durumlarda hangi yaklaşımın uygun olacağını değerlendirilmelerine yönelik olarak örnek olaylar aracılığıyla bir anlayış sağlamaktır.			
Dersin İçeriği	Paydaş tanımları, paydaş analizi, Paydaş Teorisi, paydaş sınıflandırmaları, paydaşların iletişim ihtiyaçlarının önceliklendirilmesi, paydaşlara yönelik mesaj tasarımı, güven ve işbirliği oluşturmada ikna ve etki taktiklerinin rolü, sorun yönetimi, sosyal sorumluluk ve paydaş katılımı (engagement).			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	-Tak, Bilçin (2009).İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Paydaş Grupları ile İlişkilerinin Yönetimi, İstanbul, Beta Yayınevi. -Fil, Chris; Roper, Stuart (2012). Corporate Reputation: Brand and Communication, UK: Pearson.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	



AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	5	5
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	1	1
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Paydaşları tanımlar ve kurumun başarısı için paydaşlarla ilişkinin önemini ve bu ilişkinin kurulmasında halkla ilişkilerin rolünü açıklar.</li> <li>2. Sorun yönetiminde ve krizlerde güvenin ve işbirliğinin sağlanması için paydaş iletişimindeki teknikleri uygular.</li> <li>3. Paydaşlarla olası çatışmaların neler olabileceğini eleştirel biçimde inceler.</li> <li>4. Paydaşlarla iletişim engellerinin en aza indirilebilmesi ve paydaş katılımının sağlanması için mesaj tasarımının nasıl olması gerektiğini tartışır.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Paydaş tanımları ve halkla ilişkiler açısından önemi	
	2	Paydaş Teorisi	
	3	Paydaş Analizi	
	4	Paydaş Analizi	
	5	Paydaş katılımı ve paydaş iletişimi	
	6	Paydaş iletişiminde mesaj tasarımı I	
	7	Paydaş iletişiminde mesaj tasarımı II	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Sorun Yönetimi ve Paydaş İletişimi	
	10	Krizlerde Paydaş İletişimi	
	11	Çatışma yönetimi ve iletişim	
	12	Farklı sektörlerden paydaş iletişimine ilişkin vaka çalışmaları I	
	13	Farklı sektörlerden paydaş iletişimine ilişkin vaka çalışmaları II	
	14	Öğrenci sunumları	
	15	Öğrenci sunumları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
ÖÇ1	5	5	5	5	5	3	5	4	3	5	4	5	5	5	3
ÖÇ2	4	5	5	4	5	3	5	5	2	4	3	5	3	4	5
ÖÇ3	3	3	4	3	3	5	5	4	3	4	4	5	2	5	3
ÖÇ4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doç. Dr. Gözde YILMAZ
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	Gozde.yilmaz@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr.Gözde YILMAZ
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	Gozde.yilmaz@marmara.edu.tr



**Örnek: Ders Tanımlama Formu (İngilizce)**

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT 3039-Stakeholder Communication			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	5			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	Communication with stakeholders is crucial for the success of every organization and project. In this context, the aim of the course is to provide public relations students with an understanding, through case studies, of how to identify different stakeholders and how to build trust and cooperation by using different influence techniques in accordance with the communication needs of these stakeholders and to evaluate which approach is appropriate in different situations.			
<b>Course Content</b>	Stakeholder definitions, stakeholder analysis, Stakeholder Theory, stakeholder classifications, prioritization of stakeholder communication needs, message design for stakeholders, the role of persuasion and influence tactics in building trust and cooperation, issue management, social responsibility and stakeholder engagement.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	-Tak, Bilçin (2009).İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları ve Paydaş Grupları ile İlişkilerinin Yönetimi, İstanbul, Beta Yayınevi. -Fil, Chris; Roper, Stuart (2012) Corporate Reputation: Brand and Communication, UK:Pearson.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	30 %	Field	70 %
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	5	5
	Presentation			
	Mid-terms	1	1	1
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	1	1
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Defines stakeholders and explains the importance of the relationship with stakeholders for the success of the organization and the role of public relations in establishing this relationship.</li> <li>2- Applies techniques in stakeholder communication to ensure trust and cooperation in stakeholder problem management and crises.</li> <li>3- Critically examines potential conflicts with stakeholders.</li> <li>4- Discusses how message design should be in order to minimize communication barriers with stakeholders and to ensure stakeholder participation.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Definition of stakeholder and their importance for public relations	
	2	Stakeholder Theory	
	3	Stakeholder Analysis	
	4	Stakeholder Analysis	
	5	Stakeholder engagement and stakeholder communication	
	6	Message Design in Stakeholder Communication I	
	7	Message Design in Stakeholder Communication I	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Issue Management and Stakeholder Communication	
	10	Stakeholder communication in times of crises	
	11	Conflict management and communication	
	12	Case studies from different sectors regarding stakeholder communication I	
	13	Case studies from different sectors regarding stakeholder communication I	
	14	Student presentations	
	15	Student assignments	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15
ÖÇ1	5	5	5	5	5	3	5	4	3	5	4	5	5	5	3
ÖÇ2	4	5	5	4	5	3	5	5	2	4	3	5	3	4	5
ÖÇ3	3	3	4	3	3	5	5	4	3	4	4	5	2	5	3
ÖÇ4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
ÖÇ5															
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>															
<b>Course Coordination</b>		Assoc.Prof.. Gözde YILMAZ													
<b>Contact (e-mail)</b>		Gozde.yilmaz@marmara.edu.tr													
<b>Lecturer of the Course</b>		Assoc. Prof. Dr. Gözde YILMAZ													
<b>Contact (e-mail)</b>		Gozde.yilmaz@marmara.edu.tr													



### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3041- Sosyal Medya Analitiği ve Halkla İlişkiler-			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	5			
Dersin Türü	Kuramsal			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Halkla ve ilişkiler uygulamalarının sosyal medya üzerinden yorumlanmasını sağlamak			
Dersin İçeriği	Sosyal medya ve halkla ilişkilerdeki teknolojik gelişmeler incelenir. Yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medyada uygulanan halka ilişkiler çalışmaları incelenir. İnternet ve sanal ortamda sosyal paydaşlarla ilişki yürütülme biçimleri aktarılır. İnternet ve sanal ortamda halkla ilişkiler uygulamaları örnekler üzerinden açıklanır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Kuşay, Y. (2021). Dijital Dünyada Halkla İlişkilerin Dönüşümü, Konya: Eğitim Yayınevi. Güven, D. (2022). Dijital Dünyada Halkla İlişkilerin Dönüşümü-2, Konya: Eğitim Yayınevi: Elif Başak Sarıoğlu, Özlem Özdemir (2021). Sosyal Medyada Adalet Arayışı, İstanbul: Kriter Yayınevi. Elif Başak Sarıoğlu, Dijital Halkla İlişkiler, Konya: Eğitim Yayınevi Özlem Aşman Alıkcı, Halkla İlişkiler 2.0, Ankara: Efil Yayınevi Yayınları			
Dersin Öğretim Şekli	Örgün			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %		
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Halkla ilişkiler ve sosyal medya ilişkisini tanımlar.</li> <li>2. Sosyal medyada etkili halkla ilişkiler stratejileri yürütme becerisi kazanır.</li> <li>3. Sosyal medyanın halkla ilişkiler açısından önemi hakkında bilgi sahibi olur</li> <li>4. Sosyal medyadaki halkla ilişkiler uygulamaları hakkında bilgi sahibi olur.</li> <li>5. Uygulamaya yönelik halkla ilişkilerin teorik zeminini örnekler üzerinden açıklama becerisi kazanır.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Halkla İlişkiler Mesleği ve Dijitalleşme İle Gelişen İletişim Yönetimi Anlayışı	
	2	Dijital Platformlarda Kurumsal Sosyal Medya Yönetimi - Sosyal Ağların Kullanımı	
	3	Hedef Kitlenin Sosyal Medyadaki varlığı – Online Hedef Kitle	
	4	Basın Bülteni Üretiminden Dijital Platformlarda İçerik Üretimine	
	5	Online Hikaye Anlatıcılığı ve Halkla İlişkiler	
	6	Online Etkinlik Yönetimi	
	7	Örnekler ve Tartışmalar	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Online Kriz İletişimi	
10	Online İtibar Yönetimi		

11	Influencer İletişimi	
12	Halkla İlişkilerde Google Adwords ve SEO Uygulamaları	
13	Öğrenci Örnek Çalışmaları	
14	Öğrenci Örnek Çalışmaları	
15	Öğrenci Örnek Çalışmaları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	5
ÖÇ2	3	4	3	4	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	5
ÖÇ3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	5
ÖÇ4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	5
ÖÇ5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. XXXXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Yeliz KUŞAY
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	ykusay@marmara.edu.tr





Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	HIT33041- <b>Social Media Analytics and Public Relations</b>			
Credit (ECTS)	6			
Semester	Fall			
Type of Course Unit	Theoretical			
Language of Instruction	Türkçe			
Objectives of Course	Ensuring that public and relations practices are interpreted through social media			
Course Content	Technological developments in social media and public relations are examined. Public relations studies implemented in new communication technologies and social media are examined. Ways of conducting relationships with social stakeholders on the internet and in the virtual environment are conveyed. Public relations practices in the internet and virtual environment are explained through examples.			
Prerequisites	-			
Resources	Kuşay, Y. (2021). Dijital Dünyada Halkla İlişkilerin Dönüşümü, Konya: Eğitim Yayınevi. Güven, D. (2022). Dijital Dünyada Halkla İlişkilerin Dönüşümü-2, Konya: Eğitim Yayınevi: Elif Başak Sarioğlu, Özlem Özdemir (2021). Sosyal Medyada Adalet Arayışı, İstanbul: Kriter Yayını.			
Mode of Delivery	Lecture, team works, assignments.			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		10 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		60 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Defines the relationship between public relations and social media.</li> <li>2. The ability to carry out effective public relations strategies on social media develops.</li> <li>3. Learn about the importance of social media in terms of public relations</li> <li>4. Have knowledge about public relations practices in social media.</li> <li>5. The ability to explain the theoretical basis of practical public relations through examples develops.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Public Relations Profession and Communication Management Approach Developing With Digitalization	
	2	Corporate Social Media Management in Digital Platforms - Use of Social Media Media	
	3	The presence of the target audience on Social Media - Online Target Audience	
	4	From Press Release Production to Content Production on Digital Platforms	
	5	Online Storytelling and Public Relations	
	6	Online Event Management	
	7	Cases and Discussions	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Online Crisis Communication	
	10	Online Reputation Management	
	11	Influencer Communication	
	12	Google Adwords and SEO Applications in Public Relations	
	13	Case Studies	
	14	Case Studies	
	15	Case Studies	
	16	Final Exam	

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	5
ÖÇ2	3	4	3	4	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	5
ÖÇ3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	5
ÖÇ4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	5
ÖÇ5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. XXXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXX@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. Yeliz KUŞAY
<b>Contact (e-mail)</b>	ykusay@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3043 Storytelling			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	5			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	<p>Hikâye Anlatıcılığı dersinin amacı, öğrencilerin ilgi çekici anlatılar oluşturma ve sunma yeteneklerini geliştirmektir. Bu, hikayelerin etkili bir şekilde nasıl yapılandırılacağını, ilgi çekici olay örgüsünün nasıl oluşturulacağını ve izleyicilerde yankı uyandıran karakterlerin nasıl geliştirileceğini öğrenmeyi, hikayeleri net ve etkili bir şekilde aktarmak için sözlü ve sözsüz iletişim becerilerini geliştirmeyi içerir. Ayrıca, izleyici katılımı hakkında içgörü kazanmayı ve hikayeleri dinleyicilerle duygusal ve entelektüel olarak bağlantı kuracak şekilde uyarlamayı da kapsar. Genel olarak amaç, öğrencileri farklı bağlamlarda ve ortamlarda izleyicilerini büyüleyebilen ve onlara ilham verebilen yetenekli hikâye anlatıcıları haline getirmektir.</p>			
Dersin İçeriği	<p>Bu ders, öğrencilere yaratıcı yazarlıkta hikâye anlatıcılığının araçlarını ve süreçlerini anlayabilmeleri için gerekli teorik ve pratik araçları sağlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla ders izleği hem geleneksel hem de dijital hikâye anlatımı pratiklerinin farklı eğilimlerini dikkatli bir şekilde konumlandırarak kanonik metinler ve denemelerden oluşan bir koleksiyon olarak düzenlenmiştir. Ayrıca, öğrencilerin pazarlama faaliyetleri doğrultusunda hikâye anlatımı sürecini anlamalarını sağlamak için çeşitli uygulamalar da içermektedir.</p>			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	<p>Sturm, S. (2013). <i>Digitales Storytelling</i>. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.</p> <p>Fog, K., Budtz, C., &amp; Yakaboylu, B. (2005). <i>Storytelling</i>. Berlin: Springer.</p> <p>Langellier, K., &amp; Peterson, E. (2004). <i>Storytelling in daily life: Performing narrative</i>. Temple University Press.</p> <p>Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us human and how to tell them better</i>. Abrams.</p>			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Dersin Değerlendirme Sistemi	Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı %	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			

	Proje		
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>
	Ders Süresi	15	3
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	10	5
	Ödevler		
	Sunum Seminer Hazırlama		
	Ara Sınavlar	1	2
	Uygulama		
	Laboatuvar		
	Proje		
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):100</b>	<b>Toplam Saat/25 = 4</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:		
	1.Hikaye anlatımında kullanılan ana teknikleri anlamak.		
	2.Farklı hikaye anlatımı ortamları için iyi yapılandırılmış olay örgüsü, ilgi çekici karakterler ve canlı ortamlar yaratma konusunda yetkinlik geliştirmek.		
	3.Hikaye anlatımı teknikleri aracılığıyla fikir ve duyguları aktarma becerisini geliştirmek		
	4.İzleyicilerin ilgisini çekmek , duyguları uyandırmak, mesajları etkili bir şekilde iletmek ve hikaye anlatımı yoluyla kalıcı bir etki bırakmak için stratejiler geliştirmek.		
	5.Benzersiz ve etkili hikayeler oluşturmak için çeşitli anlatım tekniklerini, türleri ve dijital araçları keşfederek yaratıcılığı geliştirmek.		

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Hikâye Anlatımına Giriş	S. (2013). <i>Digitales Storytelling</i> . Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2005). <i>Storytelling</i> . Berlin: Springer.
	2	Hikayenin Unsurları	Langellier, K., & Peterson, E. (2004). <i>Storytelling in daily life: Performing</i>

		<p>narrative. Temple University Press.</p> <p>Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us human and how to tell them better</i>. Abrams.</p>
3	Anlatı Teknikleri	<p>Langellier, K., &amp; Peterson, E. (2004). <i>Storytelling in daily life: Performing narrative</i>. Temple University Press.</p> <p>Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us human and how to tell them better</i>. Abrams.</p>
4	Hikâye Yapısı ve Arketipler	<p>Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us human and how to tell them better</i>. Abrams.</p>
5	Hikâye Anlatımının Kültürel ve Sosyal Yönleri	<p>Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us human and how to tell them better</i>. Abrams.</p>
6	Dijital Hikâye Anlatıcılığı	<p>Langellier, K., &amp; Peterson, E. (2004). <i>Storytelling in daily life: Performing narrative</i>. Temple University Press.</p>
7	İleri Hikâye Anlatım Teknikleri	<p>Van Hulst, M. (2012). Storytelling, a model of and a model for planning. <i>Planning Theory</i>, 11(3), 299-318.</p>
8	<b>ARA SINAV</b>	
9	Reklamlarda Hikaye Anlatıcılığı	<p>Langellier, K., &amp; Peterson, E. (2004). <i>Storytelling in daily life: Performing narrative</i>. Temple University Press.</p>
10	Görsel Hikâye Anlatımı ve Fotoğrafçılık	<p>Williams, W. R. (2019). Attending to the visual aspects of visual storytelling: using art and design concepts to interpret</p>

			and compose narratives with images. <i>Journal of Visual Literacy</i> , 38(1-2), 66-82.
11	Pazarlamada Hikâye Anlatımı		Woodside, A. G., Sood, S., & Miller, K. E. (2008). When consumers and brands talk: Storytelling theory and research in psychology and marketing. <i>Psychology &amp; Marketing</i> , 25(2), 97-145.
12	Hikâye Anlatıcılığı Atölyesi		
13	Öğrenci Sunumları		
14	Öğrenci Sunumları		
15	Final Sınavı Öncesi Değerlendirme		
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	4	2	3	4	5	2	3	2	5	5	2	4	5	2	2	2
ÖÇ2	3	2	3	3	4	5	2	2	3	4	3	4	3	5	3	3	2
ÖÇ3	4	2	3	3	3	4	3	2	2	4	3	5	4	4	4	3	2
ÖÇ4	3	4	3	3	4	5	3	2	2	5	4	2	4	5	3	3	3
ÖÇ5	4	4	5	4	4	3	3	2	2	5	5	4	5	5	5	4	3

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Serhan Tezgeç
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	mehmet.tezgec@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Serhan Tezgeç
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	mehmet.tezgec@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3043 Storytelling			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	5			
<b>Type of Course Unit</b>	Selective			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	The objective of Storytelling course revolves around enhancing students' abilities to craft and deliver compelling narratives. This includes; learning how to structure stories effectively, create engaging plots, and develop characters that resonate with audiences, enhancing verbal and non-verbal communication skills to convey stories with clarity and impact. It also involves gaining insights into audience engagement and tailoring stories to connect emotionally and intellectually with listeners. Overall, the objective is to empower students to become skilled storytellers capable of captivating and inspiring their audiences across different contexts and mediums.			
<b>Course Content</b>	This course aims to provide the students with the necessary theoretical and practical tools by which they can understand the means and the processes of storytelling in creative writing. For this purpose, the syllabus is organized as a collection of canonical texts and essays that carefully locate different trends of both traditional and digital storytelling practices. Furthermore, it also includes variety of practices in order to make students understand the process of storytelling in line with marketing activities.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Sturm, S. (2013). <i>Digitales Storytelling</i> . Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2005). <i>Storytelling</i> . Berlin: Springer. Langellier, K., & Peterson, E. (2004). <i>Storytelling in daily life: Performing narrative</i> . Temple University Press. Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us human and how to tell them better</i> . Abrams.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to Face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			

	Project		
	Final Examination	1	50 %
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>
	Course Duration	15	3
	Hours for off the c.r.stud	10	5
	Assignments		
	Presentation		
	Mid-terms	1	2
	Practice		
	Laboratory		
	Project		
	Course Duration	1	3
	<b>Total Work Load:100</b>	<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Understand the main techniques used in storytelling.</li> <li>2. Develop proficiency in creating well-structured plots, compelling characters, and vivid settings for diverse storytelling mediums.</li> <li>3. Enhance the ability to convey ideas and emotions through storytelling techniques</li> <li>4. Develop strategies to engage and captivate audiences, evoke emotions, convey messages effectively, and leave a lasting impression through storytelling.</li> <li>5. Cultivate creativity by exploring various narrative techniques, genres, and digital tools to craft unique and impactful stories.</li> </ol>		

	Week	Topics	Study Materials
<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	1	Introduction to Storytelling	<p>Sturm, S. (2013). <i>Digitales Storytelling</i>. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.</p> <p>Fog, K., Budtz, C., &amp; Yakaboylu, B. (2005). <i>Storytelling</i>. Berlin: Springer.</p>
	2	Elements of a Story	<p>Langellier, K., &amp; Peterson, E. (2004). <i>Storytelling in daily life: Performing narrative</i>. Temple University Press.</p> <p>Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us</i></p>

			<i>human and how to tell them better.</i> Abrams.
3	Narrative Techniques		Langellier, K., & Peterson, E. (2004). <i>Storytelling in daily life: Performing narrative.</i> Temple University Press.  Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us human and how to tell them better.</i> Abrams.
4	Story Structure and Archetypes		Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us human and how to tell them better.</i> Abrams.
5	Cultural and Social Aspects of Storytelling		Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us human and how to tell them better.</i> Abrams.
6	Digital Storytelling		Langellier, K., & Peterson, E. (2004). <i>Storytelling in daily life: Performing narrative.</i> Temple University Press.
7	Advanced Narrative Techniques		Van Hulst, M. (2012). Storytelling, a model of and a model for planning. <i>Planning Theory, 11(3)</i> , 299-318.
8	<b>Midterm Exam</b>		
9	Storytelling in Advertisements		Langellier, K., & Peterson, E. (2004). <i>Storytelling in daily life: Performing narrative.</i> Temple University Press.
10	Visual Storytelling and Photography		Williams, W. R. (2019). Attending to the visual aspects of visual storytelling: using art and design concepts to interpret and compose narratives with images. <i>Journal of Visual Literacy, 38(1-2)</i> , 66-82.

	11	Storytelling in Marketing	Woodside, A. G., Sood, S., & Miller, K. E. (2008). When consumers and brands talk: Storytelling theory and research in psychology and marketing. <i>Psychology &amp; Marketing</i> , 25(2), 97-145.
	12	Story Development Workshop	Storr, W. (2020). <i>The science of storytelling: Why stories make us human and how to tell them better</i> . Abrams.
	13	Student Presentations	
	14	Student Presentations	
	15	Review Class Before Final Exam	
	16	<b>Final Exam</b>	

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	4	2	3	4	5	2	3	2	5	5	2	4	5	2	2	2
ÖÇ2	3	2	3	3	4	5	2	2	3	4	3	4	3	5	3	3	2
ÖÇ3	4	2	3	3	3	4	3	2	2	4	3	5	4	4	4	3	2
ÖÇ4	3	4	3	3	4	5	3	2	2	5	4	2	4	5	3	3	3
ÖÇ5	4	4	5	4	4	3	3	2	2	5	5	4	5	5	5	4	3

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Assistant. Prof. Mehmet Serhan Tezgeç
<b>Contact (e-mail)</b>	mehmet.tezgec@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assistant. Prof. Mehmet Serhan Tezgeç
<b>Contact (e-mail)</b>	mehmet.tezgec@marmara.edu.tr



Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3010 Akademik Yazım Teknikleri			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	6			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilere akademik yazım becerilerini kazandırmayı amaçlamaktadır. Bu ders, bilimsel araştırma yöntemlerini kullanarak doğru, etkili ve etik bir şekilde yazı yazma yeteneklerini geliştirmeyi hedefler.			
Dersin İçeriği	Ders kapsamında, akademik yazımın temel prensipleri, kaynakça oluşturma, alıntı yapma ve intihalden kaçınma konuları işlenir. Ayrıca, öğrencilere akademik makale, rapor ve tez yazma teknikleri, literatür taraması yapma ve bilimsel argüman geliştirme yöntemleri öğretilir.			
Dersin Ön Koşulları				
Kaynaklar	Kozak, Metin. Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri. Detay Yayıncılık, 2014.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%80	Alan Bilgisi	%20
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	3	42
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3	

	<b>Toplam İş Yüğü (saat):91</b>	<b>Toplam Saat/25 = 4</b>
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tez ve rapor gibi çeşitli akademik yazıları doğru ve etkili bir şekilde yazar.</li> <li>2. Güvenilir kaynakları belirleyerek literatür taraması yapar.</li> <li>3. Akademik yazımda etik kuralları açıklar.</li> </ol>	

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Akademik Yazım Türleri	
	2	Araştırma Konusu ve Sorusu Belirleme	
	3	Literatür Taraması ve Kaynak Bulma	
	4	Not Alma ve Organize Etme Teknikleri	
	5	Alıntılama ve Kaynakça Oluşturma	
	6	Akademik Yazımda Dil ve Üslup	
	7	Giriş ve Sonuç Bölümleri Yazımı	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Ana Bölüm ve Alt Başlıklar	
	10	Argüman Geliştirme ve Destekleme	
	11	Akademik Yazımda Etik Kurallar	
	12	Taslak Oluşturma ve Gözden Geçirme	
	13	Yazım Sürecinde Geri Bildirim ve Revizyon	
	14	Akademik Yazımın Sunumu ve Yayınlanması	
	15	Proje sunumları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1						4	2							1			2
ÖÇ2						4	2							1			2
ÖÇ3						4	2							1			2
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	XXXX

**İletişim Bilgileri (e-posta)**

XXXX@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	HIT3010 Akademik Yazım Teknikleri (Academic Writing Techniques)			
Credit (ECTS)	4			
Semester	6			
Type of Course Unit	Compulsory			
Language of Instruction	Turkish			
Objectives of Course	This course aims to provide students with academic writing skills. This course aims to improve their ability to write accurately, effectively and ethically using scientific research methods.			
Course Content	Within the scope of the course, the basic principles of academic writing, bibliography, citation and plagiarism avoidance are covered. In addition, students are taught how to write academic articles, reports and theses, how to conduct literature reviews and how to develop scientific arguments.			
Prerequisites	-			
Resources	Kozak, Metin. Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri. Detay Yayıncılık, 2014.			
Mode of Delivery	Face to face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 80	Field	% 20
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	



<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	3	42
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:91</b>		<b>Total Duration/25:4</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Write various academic writings such as thesis and reports accurately and effectively.</li> <li>2. Conduct a literature review by identifying reliable sources.</li> <li>3. Explain ethical rules in academic writing.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Types of Academic Writing	
	2	Identifying Research Topic and Question	
	3	Literature Review and Sourcing	
	4	Note Taking and Organizing Techniques	
	5	Citation and Bibliography	
	6	Language and Style in Academic Writing	
	7	Writing Introduction and Conclusion Sections	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Main Section and Subheadings	
	10	Argument Development and Support	
	11	Ethical Rules in Academic Writing	
	12	Drafting and Revision	
	13	Feedback and Revision in the Writing Process	
	14	Submission and Publication of Academic Writing	
	15	Project presentations	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1						4	2							1			2
ÖÇ2						4	2							1			2
ÖÇ3						4	2							1			2
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>					Prof. Dr. Ebru ÖZGEN												
<b>Contact (e-mail)</b>					eozgen@marmara.edu.tr												
<b>Lecturer of the Course</b>					Assoc. Prof. Dr. XXXXX												
<b>Contact (e-mail)</b>					XXXXX@marmara.edu.tr												



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU																											
Dersin Kodu ve Adı	HIT3012 Halkla İlişkilerde Kampanya Tasarımı																										
Dersin Kredisi (AKTS)	4																										
Dersin Yarıyılı	6																										
Dersin Türü	Zorunlu																										
Dersin Öğretim Dili	Türkçe																										
Dersin Amacı	Bu dersin sonunda halkla ilişkilerde kampanyası planlayabilecek, uygulayabilecek ve değerlendirebilecek öğrenciler yetişmektedir.																										
Dersin İçeriği	Bu derste halkla ilişkilerde kampanya yönetim süreçleri ve kampanya tasarımı ile ilgili kavramların aktarılması amaçlanmaktadır.																										
Dersin Ön Koşulları	Yok																										
Kaynaklar	<ul style="list-style-type: none"><li>Ceyda Aydede, Halkla İlişkiler Kampanyaları, 6. Baskı, Ankara: Mediacat Kitapları, 2009.</li><li>Ayla Okay, Aydemir Okay, Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, 5. Baskı, İstanbul: Der Yayınları, 2013.</li><li>Dennis Wilcox-Glen Cameron, Public Relations Strategies and Tactics, 9. Edition, USA: Pearson, 2009.</li></ul>																										
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze																										
Dersin Kategorisi	<table border="1"><tbody><tr><td>Matematik ve Temel Bilimler</td><td>%</td><td>Mühendislik Bilimleri</td><td>%</td></tr><tr><td>Eğitim Bilimleri</td><td>%</td><td>Fen Bilimleri</td><td>%</td></tr><tr><td>Mühendislik Tasarımı</td><td>%</td><td>Sağlık Bilimleri</td><td>%</td></tr><tr><td>Sosyal Bilimler</td><td>%</td><td>Alan Bilgisi</td><td>%</td></tr></tbody></table>			Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%								
Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%																								
Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%																								
Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%																								
Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%																								
Değerlendirme Sistemi	<table border="1"><thead><tr><th>Yarıyıl Çalışmaları</th><th>Sayısı</th><th>Katkı %</th></tr></thead><tbody><tr><td>Ara Sınav</td><td>1</td><td>50 %</td></tr><tr><td>Kısa Sınav</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Ödev</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Devam</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Uygulama</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Proje</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Yarıyıl Sonu Sınavı</td><td>1</td><td>50 %</td></tr></tbody></table>			Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı %	Ara Sınav	1	50 %	Kısa Sınav			Ödev			Devam			Uygulama			Proje			Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı %																									
Ara Sınav	1	50 %																									
Kısa Sınav																											
Ödev																											
Devam																											
Uygulama																											
Proje																											
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %																									

	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	15	3	45
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	15	5	75
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):125</b>		<b>Toplam Saat/25 = 5</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p><b>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Kampanya için araştırma yapılabilmesi</li> <li>2- Kampanya için planlama yapılabilmesi</li> <li>3- Kampanya uygulanabilirliğinin öğrenilmesi</li> <li>4- Kampanyanın değerlendirilmesi</li> <li>5- Yönetsel ve uygulamaya dönük becerilerin geliştirilebilmesi</li> </ol>			



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3012 Campaign Design in Public Relations			
<b>Credit (ECTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	6			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	At the end of this course, students are able to plan, implement and evaluate the campaign in public relations			
<b>Course Content</b>	In this course, it is aimed to transfer concepts related to campaign management processes and campaign design in public relations.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dennis Wilcox-Glen Cameron, Public Relations Strategies and Tactics, 9. Edition, USA: Pearson, 2009.</li><li>• Ceyda Aydede, Halkla İlişkiler Kampanyaları, 6. Baskı, Ankara: Mediacat Kitapları, 2009.</li><li>• Ayla Okay, Aydemir Okay, Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, 5. Baskı, İstanbul: Der Yayınları, 2013.</li></ul>			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-Face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	15	3	45
	Hours for off the c.r.stud	15	5	75
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	3	3
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	2	2
	<b>Total Work Load:125</b>		<b>Total Duration/25:5</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Conducting research for the campaign</li> <li>7. Planning for the campaign</li> <li>8. Learning the feasibility of the campaign</li> <li>9. Evaluation of the campaign</li> <li>10. Developing managerial and practical skills</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to the Course	
	2	Discussing the basic concepts of public relations campaign	
	3	Public relations campaign planning process	
	4	Public relations campaign subject analysis	
	5	Determining stakeholder expectations in the public relations campaign process	
	6	Competitor analysis in public relations campaign process	
	7	Discussions before the exam	
	8	Mid-term exam	
	9	Strategic planning in public relations campaign process	
	10	The aims and objectives of the public relations campaign process	
	11	Determining the strategy in the public relations campaign process	
	12	Target audience objectives in public relations campaign process	
	13	Media planning in the public relations campaign process	
	14	Practices in public relations campaign process	
	15	Evaluation in public relations campaign process	
16	Final Exam		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	2	4	2	2	3	3	2	2	5	4	5	5	5	3	3	5
ÖÇ2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	4	4	5	5	5	3	3	4
ÖÇ3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5
ÖÇ4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	5	5	4	4	2	5	5	4
ÖÇ5	4	2	4	3	3	2	2	4	5	5	5	3	3	4	3	3	5
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof.. Dr. Emel Karayel Bilbil															
<b>Contact (e-mail)</b>		emelkarayel@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Prof.. Dr. Emel Karayel Bilbil															
<b>Contact (e-mail)</b>		emelkarayel@marmara.edu.tr															







## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3014 Public Opinion, Public Diplomacy and Lobbying			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	6			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilere kamuoyu ve kamu diplomasisinin temel kavramlarını tanıtmaktır. Ders, iki döneme ayrılmıştır; ilki kamuoyu kavramına ve diğer ilgili kavramlara odaklanırken, ikincisi kamu diplomasisi kavramına odaklanır.			
Dersin İçeriği	Öğrencilere, kamuoyu, demokrasi, özgürlükler, haklar ve çoğulculuk üzerine kavramsal, tarihsel ve çağdaş tartışmalar sunulacaktır. Kamu diplomasisi kısmıyla ilgili olarak, bu ders uluslararası ilişkiler teorileri, yumuşak güç ve ulus markalama gibi kavramların tanımlarını ve analizini ortaya koyacaktır. Teorik derslerin yanı sıra, teoriyi pratik yaklaşımlarla birleştirecek düzenli sınıf içi tartışmalar yapılacaktır.			
Dersin Ön Koşulları	Yok			
Kaynaklar	<ul style="list-style-type: none"><li>Jürgen Habermas, “The Public Sphere: An Encyclopedia Article”, Available at: <a href="https://www.unige.ch/sciences-societe/socio/files/2914/0533/6073/Habermas_1974.pdf">https://www.unige.ch/sciences-societe/socio/files/2914/0533/6073/Habermas_1974.pdf</a></li><li>Sections from “Jürgen Habermas”, The Stanford Encyclopedia of Philosophy: <a href="https://plato.stanford.edu/entries/habermas/#HabeMatuSociTheoTheoCommActi">https://plato.stanford.edu/entries/habermas/#HabeMatuSociTheoTheoCommActi</a></li><li>Sections from “Social Contract Theory” Internet Encyclopedia of Philosophy: <a href="https://iep.utm.edu/soc-cont/#:~:text=Social%20contract%20theory%2C%20nearly%20as,society%20in%20which%20they%20live.">https://iep.utm.edu/soc-cont/#:~:text=Social%20contract%20theory%2C%20nearly%20as,society%20in%20which%20they%20live.</a></li><li>Sections from “Democracy”, The Stanford Encyclopedia of Philosophy: <a href="https://plato.stanford.edu/entries/democracy/#ProDemCit">https://plato.stanford.edu/entries/democracy/#ProDemCit</a></li><li>Sections from “Positive and Negative Liberty”, The Stanford Encyclopedia of Philosophy: <a href="https://plato.stanford.edu/entries/liberty-positive-negative/">https://plato.stanford.edu/entries/liberty-positive-negative/</a></li><li>Chapters from Stephen McGlinchey, International Relations Theory: Realism, Liberalism, Constructivism, Marxism, Feminism. Available: <a href="https://www.e-ir.info/publication/international-relations-theory/">https://www.e-ir.info/publication/international-relations-theory/</a></li><li>Joseph Nye, “Public Diplomacy and Soft Power” <a href="https://drive.google.com/file/d/1v_Oeq8eQ_zP1zoHRicFNGVq6fX8oy8s/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1v_Oeq8eQ_zP1zoHRicFNGVq6fX8oy8s/view?usp=sharing</a></li><li>Alparslan Nas, “Branding and National Identity: The Analysis of “Turkey: Discover The Potential” Campaign” Available: <a href="https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/637010">https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/637010</a></li></ul>			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı %	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			

	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1		50 %
	<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	15	3	45
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	15	5	75
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
		<b>Toplam İş Yüğü (saat):125</b>		<b>Toplam Saat/25 = 5</b>
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:			
	4. Kamu diplomasisinin temel kavramlarını anlayacak			
	5. Ülkelerin kamu diplomasisi girişimleri hakkında bilgilerini genişletecek			
	6. Kamuoyu kavramını anlayacak			
	7. Demokratik kültüre yönelik farkındalığını geliştirecek			
	8. Lobicilik ve yumuşak gücün temel yönlerini anlayacaktır.			

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	2	4	2	2	3	3	2	2	5	4	5	5	5	3	3	5
ÖÇ2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	4	4	5	5	5	3	3	4
ÖÇ3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5
ÖÇ4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	5	5	4	4	2	5	5	4
ÖÇ5	4	2	4	3	3	2	2	4	5	5	5	3	3	4	3	3	5

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doç. Dr. Alparslan Nas
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	Alparslan.nas@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Alparslan Nas
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	Alparslan.nas@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION	
<b>Course Code and Title</b>	HIT3014 Public Opinion, Public Diplomacy and Lobbying
<b>Credit (ECTS)</b>	4
<b>Semester</b>	6
<b>Type of Course Unit</b>	Required
<b>Language of Instruction</b>	English
<b>Objectives of Course</b>	The aim of this course is to introduce the students the main notions of public opinion and public diplomacy. The course is divided into two terms first of which focusses on the notion of public opinion and other related concepts, second of which focusses on the notion of public diplomacy.
<b>Course Content</b>	Students will be introduced with the conceptual, historical and contemporary discussions on public opinion, democracy, freedom, liberties, rights and pluralism. Regarding the public diplomacy part, this course will offer students with the main description and analysis of the concepts such as international relations theories, soft power and nation branding. In addition to the theoretical lectures, there will be regular in-class discussions that will combine the theory with practical approaches.
<b>Prerequisites</b>	None
<b>Resources</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jürgen Habermas, “The Public Sphere: An Encyclopedia Article”, Available at: <a href="https://www.unige.ch/sciences-societe/socio/files/2914/0533/6073/Habermas_1974.pdf">https://www.unige.ch/sciences-societe/socio/files/2914/0533/6073/Habermas_1974.pdf</a></li><li>• Sections from “Jürgen Habermas”, The Stanford Encyclopedia of Philosophy: <a href="https://plato.stanford.edu/entries/habermas/#HabeMatuSociTheoTheoCommActi">https://plato.stanford.edu/entries/habermas/#HabeMatuSociTheoTheoCommActi</a></li><li>• Sections from “Social Contract Theory” Internet Encyclopedia of Philosophy: <a href="https://iep.utm.edu/soc-cont/#:~:text=Social%20contract%20theory%2C%20nearly%20as,society%20in%20which%20they%20live.">https://iep.utm.edu/soc-cont/#:~:text=Social%20contract%20theory%2C%20nearly%20as,society%20in%20which%20they%20live.</a></li><li>• Sections from “Democracy”, The Stanford Encyclopedia of Philosophy: <a href="https://plato.stanford.edu/entries/democracy/#ProDemCit">https://plato.stanford.edu/entries/democracy/#ProDemCit</a></li><li>• Sections from “Positive and Negative Liberty”, The Stanford Encyclopedia of Philosophy: <a href="https://plato.stanford.edu/entries/liberty-positive-negative/">https://plato.stanford.edu/entries/liberty-positive-negative/</a></li><li>• Chapters from Stephen McGlinchey, International Relations Theory: Realism, Liberalism, Constructivism, Marxism, Feminism. Available: <a href="https://www.e-ir.info/publication/international-relations-theory/">https://www.e-ir.info/publication/international-relations-theory/</a></li><li>• Joseph Nye, “Public Diplomacy and Soft Power” <a href="https://drive.google.com/file/d/1v_Oeq8eQ_zP1zoHRicFNGVq6fX8oy8s/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1v_Oeq8eQ_zP1zoHRicFNGVq6fX8oy8s/view?usp=sharing</a></li><li>• Alparslan Nas, “Branding and National Identity: The Analysis of “Turkey: Discover The Potential” Campaign” Available: <a href="https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/637010">https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/637010</a></li></ul>

<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-Face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
	<b>Total</b>			<b>100 %</b>
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	15	3	45
	Hours for off the c.r.stud	15	5	75
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	3	3
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	2	2
	<b>Total Work Load:125</b>		<b>Total Duration/25:5</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>9. Understand the main notions of public diplomacy</li> <li>10. Expand their knowledge about countries' public diplomacy attempts</li> <li>11. Understand the concept of public opinion</li> <li>12. Develop their awareness towards democratic expression</li> <li>13. Understand the main aspects of lobbying and soft power</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to the Course	
	2	Public Opinion and Public Sphere	
	3	Communicative Action	
	4	Social Contract Theories-1	
	5	Social Contract Theories-2	
	6	Public Opinion and Democracy-1	
	7	Public Opinion and Democracy-2	
	8	Mid-term exam	
	9	Freedom and Liberty-1	

	10	Freedom and Liberty-2	
	11	Theories of International Relations-1	
	12	Theories of International Relations-2	
	13	Public Diplomacy and Soft Power-1	
	14	Public Diplomacy and Soft Power-2	
	15	Review class before final exams	
	16	Final Exam	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	2	4	2	2	3	3	2	2	5	4	5	5	5	3	3	5
ÖÇ2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	4	4	5	5	5	3	3	4
ÖÇ3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5
ÖÇ4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	5	5	4	4	2	5	5	4
ÖÇ5	4	2	4	3	3	2	2	4	5	5	5	3	3	4	3	3	5

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Doç. Dr. Alparslan Nas
<b>Contact (e-mail)</b>	Alparslan.nas@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Doç. Dr. Alparslan Nas
<b>Contact (e-mail)</b>	Alparslan.nas@marmara.edu.tr



Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3016 Staj			
Dersin Kredisi (AKTS)	5			
Dersin Yarıyılı	6			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Staj uygulamasının amacı teoride kazanılan bilgilerin pratiğe dönüştürülmesidir.			
Dersin İçeriği	Staj dersi, öğrencinin çalışma alanıyla ilgili profesyonel bir ortamda pratik iş deneyimi sağlayarak teorik bilgileri uygulamasına ve sektöre özgü beceriler geliştirmesine olanak tanır. Denetimli işbaşı eğitimi, düzenli ilerleme değerlendirmeleri ve staj deneyimine ilişkin nihai bir yansıtıcı raporun tamamlanmasını içerir.			
Dersin Ön Koşulları	Dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	-			
Dersin Öğretim Şekli				
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%20	Alan Bilgisi	%80
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>		<b>Katkı %</b>
	Ara Sınav			
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama	1		50 %
	Proje	1		50 %
	Yarıyıl Sonu Sınavı			
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	30	5	150
	Sınıf Dışı Ç.Süresi			
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar			
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje	1	5	5
Yarıyıl Sonu Sınavı				
<b>Toplam İş Yüğü (saat):155</b>		<b>Toplam Saat/30 = 5</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>İletişim becerilerini geliştirerek işletmede uyacağı kuralları kavrar.</li> <li>Çalışma disiplini ve çalışma yöntemlerini geliştirme becerisi edinir.</li> <li>Staj yaptığı sektörü tanır.</li> <li>Teoride öğrendiklerini pratikte uygulayabilir.</li> </ol>

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	10		
	11		
	12		
	13		
	14		
	15		
16	<b>Proje</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	5	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	2	2	3	5	2
ÖÇ2	3	5	4	4	3	3	3				4					5	
ÖÇ3	3	5	4	4	3	3	3				4					5	
ÖÇ4	3	5	4	4	3	3	3				4					5	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Ayşe Müge Yazgan

**İletişim Bilgileri (e-posta)**

[muge@marmara.edu.tr](mailto:muge@marmara.edu.tr)





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	HIT3016 Staj (Internship)			
Credit (ECTS)	5			
Semester	6			
Type of Course Unit	Compulsory			
Language of Instruction	Turkish			
Objectives of Course	The aim of the internship is to transform the knowledge gained in theory into practice.			
Course Content	The internship course provides practical work experience in a professional setting relevant to the student's field of study, allowing them to apply theoretical knowledge and develop industry-specific skills. It includes supervised on-the-job training, regular progress evaluations, and the completion of a final reflective report on the internship experience.			
Prerequisites	There is no prerequisite for the course.			
Resources	-			
Mode of Delivery	Face to face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 20	Field	% 80
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms			
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice	1		50 %
	Project	1		50 %
	Final Examination			
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
ECTS Allocated Based on Student Workload	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	30	5	150
	Hours for off the c.r.stud			
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms			
	Practice			
	Laboratory			
	Project	1	5	5
	Course Duration			
<b>Total Work Load:155</b>		<b>Total Duration/30=5</b>		

<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explains the rules to be followed in the business by developing communication skills.</li> <li>2. Acquires the ability to develop work discipline and working methods.</li> <li>3. Recognizes the internship sector.</li> <li>4. Applies what they have learned in theory in practice.</li> </ol>
---------------------------------	--

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	Week	Topics	Study Materials
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	10		
	11		
	12		
	13		
	14		
	15		
16	Project		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	5	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	2	2	3	5	2
ÖÇ2	3	5	4	4	3	3	3				4					5	
ÖÇ3	3	5	4	4	3	3	3				4					5	
ÖÇ4	3	5	4	4	3	3	3				4					5	
ÖÇ5																	

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. Ayşe Müge Yazgan

<b>Contact (e-mail)</b>	muge@marmara.edu.tr
-------------------------	---------------------



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3018 Tüketici Davranışları			
Dersin Kredisi (AKTS)	4			
Dersin Yarıyılı	6			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Tüketicilerin satın alma davranışlarının incelenemesive satın almaya sebep olan faktörlerin öğrenilmesi dersin amacını oluşturmaktadır.			
Dersin İçeriği	Tüketicileri satın almaya yönlendiren faktörler, tüketicilerin satın alma sürecini oluşturan aşamalar ve satın alma sonrası gerçekleşen davranışlar dersin içeriğidir			
Dersin Ön Koşulları	Bulunmamakta			
Kaynaklar	Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Seçkin Yayıncılık, Yazarı: Erdoğan Koç Tüketici Davranışları, Beta Yayıncılık, Yazarlar: Yavuz Odabaşı, Gülfidan Barış			
Dersin Öğretim Şekli	Yüzyüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analitik düşünme becerisi geliştirmek,</li> <li>2. Etik değerler geliştirmek,</li> <li>3. Uygulamada mesleki yeterlilik sağlamak,</li> <li>4. Kuramlarla pratiği meslek yaşamında birlikte kullanabilmek,</li> <li>5. Mesleki sunum becerisi kazanmaktır.</li> </ol>

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Pazarlamanın Tanımı, Kavramsal Çerçevesi	2
	2	Pazarlama, reklam ve tüketici davranışları arasındaki ilişki	2
	3	İletişim Modelleri ve Tüketici Davranışları	2
	4	Tüketici, müşteri ve tüketim kavramları	2
	5	Öğrenme Kuramları	2
	6	Tüketicilerin Satın Alma Sürecini Etkileyen Faktörler	2
	7	Tüketicilerin Satın Alma Sürecini Etkileyen Psikolojik Faktörler	2
	8	<b>ARA SINAV</b>	2
	9	Tüketicilerin Satın Alma Sürecini Etkileyen Kültürel Faktörler	2
	10	Tüketicilerin Satın Alma Sürecini Etkileyen Sosyal Faktörler	2
	11	Tüketicilerin Satın Alma Sürecini Etkileyen Kişisel Faktörler	2
	12	Tüketicilerin Satın Alma Sürecini Etkileyen Ekonomik Faktörler	2
	13	Tüketicilerin Satın Alma Süreci	2
	14	Tüketicilerin Satın Alma Sonrası Davranışları	2
	15	Ders Çalışma Haftası	2
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	3	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	3	3	3	3											
ÖÇ2																	
ÖÇ3																	
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. XXXXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr.Merve Çerçi
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	merve.cerci@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4001- Consumer Behavior			
<b>Credit (AKTS)</b>	4			
<b>Semester</b>	6			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Türkçe			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of the course is to examine consumers' purchasing behavior and learn the factors that cause purchasing. .			
<b>Course Content</b>	The content of the course is the factors that lead consumers to purchase, the stages of the consumer purchasing process and post-purchase behaviors.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Seçkin Yayıncılık, Yazarı: Erdoğan Koç Tüketici Davranışları, Beta Yayıncılık, Yazarlar: Yavuz Odabaşı, Gülfidan Barış			
<b>Mode of Delivery</b>	Yüzyüze			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering Sciences	%
	Educational Sciences	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load :75</b>		<b>Total Duration /25 = 3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	The student who completes this course: 1. 1- Develops analytical thinking skills			

	2. 2- Develops ethical values, 3. 3- Provides professional competence in practice. 4. 4- Can use theories and practice together in professional life, 5. 5- Gaining professional presentation skills .
--	---

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Definition and Conceptual Framework of Marketing	2
	2	The relationship between marketing, advertising and consumer behavior	2
	3	Communication Models and Consumer Behaviors	2
	4	Consumer, customer and consumption concepts	2
	5	Learning Theories	2
	6	Factors Affecting Consumers' Purchasing Process	2
	7	Psychological Factors Affecting Consumers' Purchasing Process	2
	8	<b>Mid-term exam</b>	2
	9	Cultural Factors Affecting Consumers' Purchasing Process	2
	10	Social Factors Affecting Consumers' Purchasing Process	2
	11	Personal Factors Affecting Consumers' Purchasing Process	2
	12	Economic Factors Affecting Consumers' Purchasing Process	2
	13	Consumer Purchasing Process	2
	14	Post-Purchase Behavior of Consumers	2
	15	Study Week	2
16	<b>Final Exam</b>	3	

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	3	3	3	3											
ÖÇ2																	
ÖÇ3																	
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. XXXXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXXX@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Doç. Dr.Merve Çerçi



**Contact (e-mail)**

merve.cerci@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HİT3030 Digital Public Relations			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	6			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Dijital Public Relations dersinin amacı, öğrencilere dijital medya ve teknolojinin halkla ilişkiler alanındaki rolünü anlatmak ve bu alandaki becerilerini geliştirmelerini sağlamaktır. Bu ders genellikle dijital iletişim stratejilerini, sosyal medya yönetimini, kriz iletişimi için dijital araçları, online itibar yönetimini ve dijital medya analiz tekniklerini kapsar.			
Dersin İçeriği	Bu ders içeriği, öğrencilere dijital halkla ilişkiler stratejilerini anlatarak, ileri düzeyde dijital iletişim becerileri kazandırmayı ve günümüzün dijital çağında etkin bir şekilde iletişim kurabilmelerini sağlamayı amaçlamaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Ön koşul dersi değildir.			
Kaynaklar	Gregory, A. (2016). Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach. Kogan Page Publishers. Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). Social Media Marketing. Sage Publications. Breakenridge, D. K. (2012). Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional. Pearson Education. Waddington, S., & Brookes, R. (2015). Share This: The Social Media Handbook for PR Professionals. Wiley.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboaratuar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Öğrenciler, dijital medya ve teknolojilerini kullanarak etkili iletişim stratejileri geliştirme becerisi kazanırlar.</li> <li>Öğrenciler, sosyal medya platformlarını yönetme ve stratejik içerik planlama konusunda yetkinlik kazanırlar.</li> <li>Kriz durumlarında dijital iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanabilme ve kriz iletişimi stratejilerini uygulayabilme yetkinliği edinirler.</li> <li>Dijital medya analiz tekniklerini kullanarak sosyal medya performansını ölçebilme ve veri analizinde ustalık kazanırlar.</li> <li>Kültürel çeşitliliğin dijital iletişim stratejilerine etkisini anlama ve küresel düzeyde etkili halkla ilişkiler stratejileri geliştirme yeteneği edinirler.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Dijital İletişim Temelleri	
	2	Sosyal Medya Yönetimi	
	3	Dijital Kriz İletişimi	
	4	Online İtibar Yönetimi	
	5	Dijital Medya Planlama ve Satın Alma	
	6	Sosyal Medya Analiz Teknikleri	
	7	Influencer Pazarlama ve İşbirlikleri	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Dijital Kriz Yönetimi Simülasyonu	
	10	Yapay Zeka ve Dijital PR	
	11	İnovasyon ve Yeni Medya Araçları	
	12	Küresel Dijital PR Stratejileri	
13	Etik ve Yasal Konular		

	14	Final Projelerinin Sunumu	
	15	Değerlendirme	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>					5												
<b>ÖÇ2</b>	5			5													
<b>ÖÇ3</b>		5															
<b>ÖÇ4</b>																	
<b>ÖÇ5</b>																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. XXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3030 Digital Public Relations			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	6			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective Course			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	The Digital Public Relations course aims to educate students about the role of digital media and technology in public relations and to enhance their skills in this area. This course typically covers digital communication strategies, social media management, digital tools for crisis communication, online reputation management, and digital media analysis techniques.			
<b>Course Content</b>	This course content aims to provide students with advanced digital communication skills by teaching them digital public relations strategies, enabling them to communicate effectively in today's digital age.			
<b>Prerequisites</b>	The course does not have a prerequisite.			
<b>Resources</b>	<p>Gregory, A. (2016). Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach. Kogan Page Publishers.</p> <p>Tuten, T. L., &amp; Solomon, M. R. (2017). Social Media Marketing. Sage Publications.</p> <p>Breakenridge, D. K. (2012). Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional. Pearson Education.</p> <p>Waddington, S., &amp; Brookes, R. (2015). Share This: The Social Media Handbook for PR Professionals. Wiley.</p>			
<b>Mode of Delivery</b>				
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gain the ability to develop effective communication strategies using digital media and technologies.</li> <li>2. Acquire competence in managing social media platforms and strategic content planning.</li> <li>3. Develop the capability to effectively utilize digital communication tools and implement crisis communication strategies during crisis situations.</li> <li>4. Master the use of digital media analysis techniques to measure social media performance and conduct data analysis.</li> <li>5. Acquire the skill to understand the impact of cultural diversity on digital communication strategies and develop effective global public relations strategies.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Digital Communication Fundamentals	
	2	Social Media Management	
	3	Digital Crisis Communication	
	4	Online Reputation Management	
	5	Digital Media Planning and Buying	
	6	Social Media Analysis Techniques	
	7	Influencer Marketing and Collaborations	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Digital Crisis Management Simulation	
	10	Artificial Intelligence and Digital PR	
	11	Innovation and New Media Tools	
	12	Global Digital PR Strategies	
	13	Ethical and Legal Issues	
	14	Presentation of Final Projects	
15	Presentation of Final Projects		

	16	Final Exam															
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>																	
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1				5													
ÖÇ2	5		5														
ÖÇ3		5															
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>				Prof. Dr. Ebru Özgen													
<b>Contact (e-mail)</b>				eozgen@marmara.edu.tr													
<b>Lecturer of the Course</b>				Assoc. Prof. Dr. XXXXX													
<b>Contact (e-mail)</b>				XXXXX@marmara.edu.tr													



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT 3032 Kültürel Diplomasi			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	6			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Kültürel Diplomasi dersi, öğrencilerin farklı kültürler arasındaki iletişimi ve etkileşimi anlamalarını sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. Bu ders, uluslararası ilişkilerde kültürel diplomasi stratejilerinin rolünü ve etkisini inceleyerek, öğrencilere global perspektif kazandırmayı hedefler.			
Dersin İçeriği	Kültürel Diplomasi dersi, kültürel diplomasi kavramları, tarihçesi ve stratejilerini incelemektedir. Ayrıca, kültürler arası iletişim, uluslararası ilişkilerde kültürün rolü ve kültürel diplomasi örnekleri üzerinde durulmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Binark, M. (2019). Kültürel diplomasi ve Kore dalgası “Hallyu”. Ankara: Siyasal Kitapevi.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%60	Alan Bilgisi	%40
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3	



	<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>	<b>Toplam Saat/25 = 3</b>
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kültürel diplomasi kavramlarını ve stratejilerini açıklar.</li> <li>2. Kültürel diplomasi uygulamalarını eleştirel biçimde analiz eder.</li> <li>3. Kültürler arası iletişimin uluslararası ilişkilerdeki önemini tanımlar.</li> </ol>	

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Kültürel Diplomasiye Giriş ve Temel Kavramlar	
	2	Kültürel Diplomasi Tarihi	
	3	Kültürler Arası İletişim	
	4	Kültürel Diplomasi Stratejileri	
	5	Kültürel Diplomasi ve Yumuşak Güç	
	6	Kültürel Diplomasi ve Medya	
	7	Kültürel Diplomasi ve Sanat	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Kültürel Diplomasi ve Eğitim	
	10	Kültürel Diplomasi ve Sivil Toplum	
	11	Kültürel Diplomasi ve Ekonomi	
	12	Kültürel Diplomasi Örnekleri ve Vaka Çalışmaları	
	13	Güncel Kültürel Diplomasi Uygulamaları	
	14	Dijital Çağda Kültürel Diplomasi	
	15	Kültürel Diplomasi ve Gelecek Trendler	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1			3		3		4			3			4				
ÖÇ2			3		3		4			3			4				
ÖÇ3			3		3		4			3			4				
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	XXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr





İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT 3032 Cultural Diplomacy (Kültürel Diplomasi)			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	6			
<b>Type of Course Unit</b>	Selective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The Cultural Diplomacy course is designed to provide students with an understanding of the communication and interaction between different cultures. This course aims to provide students with a global perspective by examining the role and impact of cultural diplomacy strategies in international relations.			
<b>Course Content</b>	Cultural Diplomacy course examines the concepts, history and strategies of cultural diplomacy. It also focuses on intercultural communication, the role of culture in international relations and examples of cultural diplomacy.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Binark, M. (2019). Kültürel diplomasi ve Kore dalgası “Hallyu”. Ankara: Siyasal Kitapevi.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%60	Field	%40
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		



	<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>
<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. XXXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXX@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. XXXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXXXX@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	<b>HIT3034</b> Medya, Popüler Kültür ve Toplum			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	6			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Popüler Kültürün Topluma olan yansımalarını irdelemek.			
Dersin İçeriği	Ders notları, kitap bölümleri ve makaleler.			
Dersin Ön Koşulları	Yok			
Kaynaklar	Dijk,J.V. (2012). Network Society. U.K: Sage Publications Fuchs,C.(2014).Social Media: A Critical Introduction. U.K: Sage Publishing Fiske, J. (2010). Jeaning of Amerika (Chapter) Baudrillard, J. (2016). Tüketim Toplumu (Bölüm) Lane, Jeremy, F. (2016). Pierre Bourdieu: A Critical Introduction			
Dersin Öğretim Şekli	Sınıfta - Teorik			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	% 100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	2	28
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	6	2	12
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
<b>Toplam İş Yüğü (saat):48</b>		<b>Toplam Saat 48/12 = 4</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kültürel etkilerin çeşitli biçim ve estetiğini analiz edip değerlendirebilecektir.</li> <li>2. Popüler kültür materyallerinin nasıl üretildiğini ve tüketildiğini irdeleyebilecektir.</li> <li>3. Popüler kültürün nasıl temsil edildiğini değerlendirebilecektir.</li> <li>4. Popüler kültürün toplumu nasıl yansıttığını ve şekillendirdiğini anlayacaktır.</li> <li>5. Eleştirel düşünme becerilerini geliştirecektir.</li> </ol>

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Derse Giriş ve Format	Sınıf Notları
	2	Popüler Kültür Kavramına Giriş	Sınıf Notları
	3	Kültürün Yapısal Analizi	Fiske (2010)
	4	Sanayi Devrimi ve Tüketim Toplumunun Oluşumu	Fiske (2010)
	5	Tüketim ve Popüler Kültür 1	Baudrillard
	6	Tüketim ve Popüler Kültür 2	Baudrillard
	7	Genel Tekrar	Sınıf Notları
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Pierre Bourdieu ve Popüler Kültür	Lane, (2016)
	10	Pierre Bourdieu ve popüler Kültür	Lane, (2016)
	11	Yeni Medya ve popüler Kültür	Class notes & Fuchs, C. (2016)
	12	Popüler Kültür Analizi: Müzik	Sınıf Notları
	13	Popüler Kültür Analizi: Film	Sınıf Notları
	14	Popüler Kültürün Medyada Temsili	Sınıf Notları
	15	Genel Tekrar	Sınıf Notları
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1								X									X
ÖÇ2	X								X								
ÖÇ3		X	X		X	X				X		X		X	X	X	
ÖÇ4				X			X				X		X				
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Dr. Öğr. Üyesi Sinem Güdüm
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	sinem.gudum@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Dr. Öğr. Üyesi Sinem Güdüm
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	sinem.gudum@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3034 Media, Popular Culture and Society			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	6			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	To analyze how popular culture reflects and shapes society.			
<b>Course Content</b>	Class lecture power points, and articles.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	Dijk,J.V. (2012). Network Society. U.K: Sage Publications Fuchs,C.(2014).Social Media: A Critical Introduction. U.K: Sage Publishing Fiske, J. (2010). Jeaning of Amerika (Chapter) Baudrillard, J. (2016). Comsumption Society (Chapter) Lane, Jeremy, F. (2016). Pierre Bourdieu: A Critical Introduction			
<b>Mode of Delivery</b>	In Class			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work- Load</b>
	Course Duration	14	2	28
	Hours for off the c.r.stud	6	2	12
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	3	3
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	5	5
<b>Total Work - Load: 48</b>		<b>Total Duration: 12 48:12=4</b>		

<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analyze and evaluate various forms and aesthetics of cultural effects.</li> <li>2. Be able to investigate how popular culture materials are produced and consumed.</li> <li>3. Assess how popular culture is represented.</li> <li>4. Understand how popular culture reflects and shapes society.</li> <li>5. Develop critical thinking skills.</li> </ol>

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to the Course and the Format	Class notes
	2	Introducing the Concept of Popular Culture	Fiske (2010)
	3	Structural Analysis of Culture	Fiske (2010)
	4	Industrial Revolution and the Formation of The Consumption Society	Fiske (2010)
	5	Consumption, and Popular Culture 1	Baudrillard,J.2010
	6	Consumption, and Popular Culture 2	Baudrillard,J.2010
	7	Review Class Before Midterm Exam	Class notes
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Pierre Bourdieu and Popular Culture	Lane, (2016)
	10	Pierre Bourdieu and Popular Culture	Lane, (2016)
	11	New Media and Popular Culture	Class notes & Fuchs, C. (2016)
	12	Analysis of Popular Culture in Music	Class notes
	13	Analysis of Pop-Culture in Film	Class notes
	14	Media Representations of Popular Culture	Class notes
	15	Review Class Before Final Exam	Class notes
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>								X									X
<b>ÖÇ2</b>	X								X								
<b>ÖÇ3</b>		X	X		X	X				X		X		X	X	X	
<b>ÖÇ4</b>				X			X				X		X				
<b>ÖÇ5</b>																	

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Assist. Prof. Dr. Sinem Güdüm
----------------------------	-------------------------------

<b>Contact (e-mail)</b>	sinem.gudum@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assist. Prof. Dr. Sinem Güdüm
<b>Contact (e-mail)</b>	sinem.gudum@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	ILT3024.2 – Medya ve Toplumsal Hafıza			
Dersin Kredisi (AKTS)	5			
Dersin Yarıyılı	Bahar			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Ders, öğrencilerin kitle iletişim araçları içerikleri ile toplumsal hafıza ve kültürel bellek gibi kavramları ilişkilendirebilmesini amaçlamaktadır. Derste öğrencilerin tarihsel ve sosyolojik hatırlama ve bellek pratiklerini öğretmektedir.			
Dersin İçeriği	Öğrenciler, toplumsal hafıza, kültürel hafıza, tarihsel hafıza ve tarih bilinci kavramlarını öğrenir. Bu derste bellek, toplumsal bellek konuları, toplumsal olayların ve travmaların hatırlanması, hatırlamanın unutulması ya da üstesinden gelme biçimleri, belleğin oluşumundaki değişkenler, farklı toplumsal yapılarda belleğin oluşumu gibi konuların tartışılması amaçlanmaktadır. Medyanın tarihin ve belleğin oluşumundaki rolü, hatırlama ve unutmadaki rolü de tartışılacaktır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Assmann, Jan (2001). Kültürel Hafıza. Çev., Ayşe Tekin. İstanbul: Ayrıntı. Connerton, Paul (1999). Toplumlar Nasıl Anımsar. Çev., Alaaddin Şenel. İstanbul: Ayrıntı. Nora, Pierre (2006). Hafıza Mekânları. Çev., Mehmet Emin Özcan. Ankara: Dost. Sancar, Mithat (2007). Geçmişle Hesaplaşma, Unutma Kültüründen Hatırlama Kültürüne. İstanbul: İletişim Başer, Sait. (2006). Toplumsal Akıllı Anlamak. İstanbul: Ataç Yayınevi Boym, Svetlana. (2009). Nostaljinin Geleceği, (Çev. Ferit Budak Aydar), İstanbul: Metis Yayınevi. Connerton, Paul. (2012). Modernite Nasıl Unutturur?. (Çev. Kübra Kelebekoğlu), İstanbul: Sel Yayınları.			
Dersin Öğretim Şekli	Ders, Tartışmalı Ders, Grup Çalışması			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>		<b>Katkı %</b>
	Ara Sınav	1		50 %
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1		50 %	

	Toplam		100 %	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama	1	3	3
	Ara Sınavlar	1	1	1
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Toplumsal olayların nasıl aktarıldığını tarih, sosyoloji ve psikoloji perspektiflerle tanımlar</li> <li>2. Farklı toplum yapılarının hatırlama biçimlerini ifade eder.</li> <li>3. Toplumların hatırlama biçimini analiz eder</li> <li>4. Dünyadan ve Türkiye’den örneklerle hatırlama ve yüzleşmenin topluma etkisini tartışır.</li> <li>5. Belleğin oluşumunda etkili olan toplumsal dinamikleri değerlendirir</li> </ol>			

	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	1	Toplumsal Hafıza kavramı	
	2	Toplumsal hafızayı oluşturan yapıtaşları	
	3	Maurice Halbwachs ve hafızanın toplumsal çevreleri	
	4	Paul Connerton ve toplumsal alışkanlık belleği	
	5	Toplumsal hafıza, tarih, zaman ve mekân	
	6	Toplumsal hafıza ve modern dönemde inşası	
	7	Toplumsal hafızada çarpıtma dinamikleri	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Toplumsal hafızada unutma biçimleri	
	10	Toplumsal hafızada hatırlama biçimleri	
	11	Toplumsal hafızaya müdahale biçimleri	
	12	Yazılı basın, fotoğraf ve toplumsal hafıza	
	13	Televizyon ve toplumsal hafıza	
	14	Sinema ve toplumsal hafıza	
	15	Sosyal medya ve toplumsal hafıza	

		16	YARIYIL SONU SINAVI														
Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1						4								5			5
ÖÇ2						4								5			5
ÖÇ3						4								5			5
ÖÇ4						4								5			5
ÖÇ5						4								5			5
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>						Prof. Dr. Ebru ÖZGEN											
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>						eozgen@marmara.edu.tr											
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>						Dr. Öğr. Üyesi Figen ALGÜL											
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>						figenalgul@marmara.edu.tr											



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	ILT3024.2- Media and Social Memory			
<b>Credit (ECTS)</b>	5			
<b>Semester</b>	Spring			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The course aims to enable students to associate mass media contents with concepts such as social memory and cultural memory. The course aims to teach students historical and sociological recall and memory practices.			
<b>Course Content</b>	Students learn the concepts of social memory, cultural memory, historical memory and historical consciousness. In this course, it is aimed to discuss topics such as memory, social memory issues, remembering social events and traumas, forgetting or overcoming remembering, variables in the formation of memory, formation of memory in different social structures. The role of the media in the formation of history and memory, and its role in remembering and forgetting will also be discussed.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Assmann, Jan (2001). Kültürel Hafıza. Çev., Ayşe Tekin. İstanbul: Ayrıntı. Connerton, Paul (1999). Toplumlar Nasıl Anımsar. Çev., Alaaddin Şenel. İstanbul: Ayrıntı. Nora, Pierre (2006). Hafıza Mekânları. Çev., Mehmet Emin Özcan. Ankara: Dost. Sancar, Mithat (2007). Geçmişle Hesaplaşma, Unutma Kültüründen Hatırlama Kültürüne. İstanbul: İletişim Başer, Sait. (2006). Toplumsal Akli Anlamak. İstanbul: Ataç Yayınevi Boym, Svetlana. (2009). Nostaljinin Geleceği, (Çev. Ferit Budak Aydar), İstanbul: Metis Yayınevi. Connerton, Paul. (2012). Modernite Nasıl Unutturur?. (Çev. Kübra Kelebekoğlu), İstanbul: Sel Yayınları.			
<b>Mode of Delivery</b>	Lecture, Discussion Lecture, Group Study,			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	100%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	

	Total			100 %
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation	1	3	3
	Mid-terms	1	1	1
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	1	1
	<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Defines how social events are transferred from the perspectives of history, sociology and psychology.</li> <li>2. Express the ways of remembering of different social structures.</li> <li>3. Analyzes the way societies remember</li> <li>4. Discusses the impact of remembering and confrontation on society with examples from the world and Turkey.</li> <li>5. Evaluates the social dynamics that are effective in the formation of memory</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	The concept of Social Memory	
	2	Building blocks of social memory	
	3	Maurice Halbwachs and the social circles of memory	
	4	Paul Connerton and social habit memory	
	5	Social memory, history, time and space	
	6	Social memory and its construction in the modern era	
	7	Distortion dynamics in collective memory	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Forms of forgetting in collective memory	
	10	Forms of remembering in collective memory	
	11	Forms of intervention in social memory	
	12	Print media, photography and social memory	
	13	Television and social memory	
	14	Cinema and social memory	
	15	Social media and collective memory	
	16	<b>Final Exam</b>	
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			



	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1						4								5			5
ÖÇ2						4								5			5
ÖÇ3						4								5			5
ÖÇ4						4								5			5
ÖÇ5						4								5			5
<p><b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b>  <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b></p>																	
<b>Course Coordination</b>					Prof. Dr. Ebru Özgen												
<b>Contact (e-mail)</b>					eozgen@marmara.edu.tr												
<b>Lecturer of the Course</b>					Assistant Prof. Dr. Figen ALGÜL												
<b>Contact (e-mail)</b>					figenalgul@marmara.edu.tr												





İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3038 Reklam Araştırmalarına Giriş			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	6			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, reklam araştırmalarında kullanılan yöntemler ile ilgili teorik ve pratik bilgiler vermektir.			
Dersin İçeriği	Araştırma kavramı, pazarlama araştırması, reklam araştırması, reklam araştırma süreci, reklam araştırmalarında kullanılan yöntemler bu ders kapsamında incelenecektir			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Tosun, N., Tüzel Uraltaş, N., Nas, A., Özkaya, B., Güdüm, S. Ertürk, B., Dönmez, M., Çerçi, M., Ülker, Y., Cesur, D. K., Varol, E. ve Kıcı, İ. (2018). Reklam Yönetimi. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%100
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	
Dersin Öğrenim Çıktıları	Bu dersi tamamlayan öğrenci: 1.Reklam araştırmalarının reklam veren, reklam ajansı ve medya açısından önemini tartışır. 2.Reklam araştırma sürecinin işleyişini yorumlar. 3.Reklam araştırmalarında kullanılan temel teknikleri ve yöntemleri tanımlar. 4.Reklam araştırmalarından elde edilen verileri analiz eder. 5.Reklam araştırmalarından elde edilen sonuçları betimleyici ve istatistiksel testleri kullanarak yorumlar.			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Araştırma Kavramı	
	2	Pazarlama Araştırmaları-1	
	3	Pazarlama Araştırmaları-2	
	4	Reklam Araştırması	
	5	Reklam Araştırma Süreci	
	6	Kalitatif Araştırmalar	
	7	Kantitatif Araştırmalar	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Yayın Öncesi Araştırmalar	
	10	Yayın Sırası Araştırmalar	
	11	Yayın Sonrası Araştırmalar	
	12	Örnek Uygulamalar-1	
	13	Örnek Uygulamalar-2	
	14	Örnek Uygulamalar-3	
	15	Genel Değerlendirme	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1				4	4	4	4		3		4		3	3	2	3	
ÖÇ2				4	4	4	4		3		4		3	3	2	3	
ÖÇ3				4	4	4	4		3		4		3	3	2	3	
ÖÇ4				4	4	4	4		3		4		3	3	2	3	
ÖÇ5				4	4	4	4		3		4		3	3	2	3	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doç. Dr. Betül Özkaya
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	betulozkaya@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3038 Reklam Araştırmalarına Giriş (Introduction to Advertising Research)			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	6			
<b>Type of Course Unit</b>	Selective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The purpose of this course is to present the theoretical and practical information related to advertising research methods.			
<b>Course Content</b>	Research concept, marketing research, advertising research, advertising research process, methods used in advertising research will be examined in this course.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Tosun, N., Tüzel Uraltaş, N., Nas, A., Özkaya, B., Güdüm, S. Ertürk, B., Dönmez, M., Çerçi, M., Ülker, Y., Cesur, D. K., Varol, E. ve Kiçir, İ. (2018). Reklam Yönetimi. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	% 100
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	10	140
	Assignments	1	3	3
	Presentation			
	Mid-terms	1	4	4
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	5	5
	<b>Total Work Load: 194</b>		<b>Total Duration/25: 7,9</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Discuss the importance of advertising researches in terms of advertising agency, advertiser and media.</li> <li>2. Interpret the functioning of the advertising research process.</li> <li>3. Define the basic techniques and methods used in advertising research.</li> <li>4. Analyze the data obtained from advertising research.</li> <li>5. Interpret the results obtained from advertising research using descriptive and statistical tests.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Research Concept	
	2	Marketing Research-1	
	3	Marketing Research-2	
	4	Advertising Research	
	5	Advertising Research Process	
	6	Qualitative Research	
	7	Quantitative Research	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Pre-test Research	
	10	During the Publication Research	
	11	Post-test Research	
	12	Case Studies-1	
	13	Case Studies-1	
	14	Case Studies-1	
	15	Review	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1				4	4	4	4		3		4		3	3	2	3	
ÖÇ2				4	4	4	4		3		4		3	3	2	3	
ÖÇ3				4	4	4	4		3		4		3	3	2	3	
ÖÇ4				4	4	4	4		3		4		3	3	2	3	
ÖÇ5				4	4	4	4		3		4		3	3	2	3	
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>				Doç. Dr. Betül Özkaya													
<b>Contact (e-mail)</b>				betulozkaya@marmara.edu.tr													
<b>Lecturer of the Course</b>																	
<b>Contact (e-mail)</b>																	



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT3040 Reklam Kampanyaları			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	6			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Reklam Kampanyası dersi, öğrencilere çeşitli medya platformlarında etkili reklam stratejileri planlama, uygulama ve değerlendirme becerilerini kazandırmayı amaçlamaktadır. Öğrenciler, hedef kitleleri analiz etmeyi, yaratıcı kavramlar geliştirmeyi, bütçeleri yönetmeyi ve belirli iletişim hedeflerini başarmak için uygun pazarlama araçlarını kullanmayı öğreneceklerdir. Dersin sonunda, öğrenciler, pazar araştırması, yaratıcı mesajlaşma, medya planlama ve performans metriklerini entegre eden kapsamlı reklam kampanyaları tasarlama konusunda yetkin olmalıdır. Bu da onları reklam ajanslarında, pazarlama departmanlarında veya reklam alanında bağımsız danışman olarak görev yapmaya hazırlar.			
Dersin İçeriği	Reklam Kampanyası dersi, etkili reklam stratejilerini anlama ve uygulama konusunda temel olan kapsamlı konuları kapsar. Öğrenciler, hedef kitleleri belirlemek ve çarpıcı yaratıcı kavramlar geliştirmek için pazar araştırması, tüketici davranış analizi ve stratejik planlama temellerine inerler. Medya planlama ve satın alma, bütçe yönetimi ve dijital, basılı, yayın ve sosyal medya platformlarında kampanya uygulama gibi konuları öğrenirler. Pazarlama iletişim teorilerini kopya yazma, görsel tasarım ve kampanya analitiği gibi pratik becerilerle entegre etmeye odaklanılır. Ders boyunca öğrenciler, reklam kampanyaları oluşturmak, uygulamak ve değerlendirmek için uygulamalı projelerde yer alır, böylece dinamik ve rekabetçi reklam alanında reklam ajanslarında, pazarlama departmanlarında veya serbest danışmanlık rollerinde kariyerlerine hazırlanırlar.			
Dersin Ön Koşulları	Ön koşul yoktur.			
Kaynaklar	American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.). <a href="https://doi.org/10.1037/0000165-000">https://doi.org/10.1037/0000165-000</a> , Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (12th ed.). McGraw-Hill Education., Moriarty, S., Mitchell, N. D., & Wells, W. D. (2019). Advertising: Principles and practice (10th ed.). Pearson Education., Duncan, T., & Caywood, C. (2021). The principles of advertising and IMC (3rd ed.). McGraw-Hill Education., Shimp, T. A. (2020). Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications (11th ed.). Cengage Learning., Fill, C., & Turnbull, S. L. (2020). Marketing communications: Brands, experiences and participation (8th ed.). Pearson Education			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%



	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pazar araştırması yaparak kapsamlı reklam stratejileri geliştirir.</li> <li>2. Hedef kitleleri belirler ve açık iletişim hedeflerini belirler</li> <li>3. Yenilikçi ve ikna edici yaratıcı konseptler üretme konusunda yeterlilik gösterir</li> <li>4. Medya planlama ve satın alma ilkelerini anlar</li> <li>5. Reklam bütçeleri oluşturmayı ve yönetmeyi öğrenir</li> </ol>			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Reklam Kampanyalarına Giriş, Reklamın temel prensipleri ve kampanyaların rolü.	
	2	Tarihsel perspektifler ve reklam stratejilerinin evrimi, Hedef kitle, marka oluşturma ve mesaj iletimi temel kavramlarına giriş	
	3	Pazar Araştırması ve Tüketici Analizi, Pazar araştırması yapma teknikleri	
	4	Tüketici davranışı ve segmentasyonun anlaşılması, Reklam kararlarında veri analitiği kullanımı	
	5	Stratejik Planlama, Kampanya hedefleri ve amaçlarını belirleme	
	6	Reklam stratejileri ve taktikler geliştirme, Yaratıcı brief ve kampanya önerisi oluşturma	

7	Yaratıcı Geliştirme, Etkili yaratıcı reklamcılık prensipleri	
8	<b>ARA SINAV</b>	
9	Basılı ve dijital medya için kopya yazma ve görsel tasarım, Yaratıcı kavramları değerlendirme ve en iyi fikirleri seçme	
10	Medya Planlama ve Satın Alma, Medya peyzajının genel bakışı: dijital, geleneksel ve yeni kanallar	
11	Medya planlama stratejileri ve hedef kitleye yönelik reklam, Bütçe kısıtlamaları içinde medya yerleşimlerinin müzakere edilmesi ve satın alınması	
12	Kampanya Yürütme ve Yönetimi, Seçilen medya platformlarında reklam kampanyalarının uygulanması	
13	Proje yönetimi ve zaman çizelgesi oluşturma, Gerçek zamanlı kampanya performansının izlenmesi ve optimize edilmesi	
14	Bütçe Yönetimi ve ROI Analizi, Kaynakları etkili bir şekilde tahsis etme ve reklam bütçelerini yönetme, Yatırım getirisi (ROI) hesaplama ve kampanya etkinliğinin değerlendirilmesi, Finansal ve performans metriklerine dayalı stratejilerin ayarlanması	
15	Kampanya Değerlendirme ve Gelecek Trendler, Kampanya sonuçlarının analizi ve ölüm sonrası değerlendirme yapma, Gelecekteki reklam trendlerini tahmin etme ve yenilikler, Son proje sunumları ve kampanya başarıları ile ilgili değerlendirme.  ***Ders boyunca öğrenciler, teorik bilgileri pratik senaryolara uygulamak için uygulamalı projeler, vaka çalışmaları ve simülasyonlarla aktif olarak ilgilenecekler. Endüstriden konuk konuşmacılar ve endüstri araçları ve yazılımları üzerine atölye çalışmaları, reklam kampanyalarındaki güncel uygulamalar ve trendler hakkında içgörüler sağlayacak. Dersin sonunda, öğrenciler çeşitli medya platformlarında etkili reklam kampanyaları planlama, uygulama ve değerlendirme konusunda gerekli beceri ve bilgiye sahip olacaklar.	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	5	5	5
ÖÇ2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4
ÖÇ3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4
ÖÇ4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3	4
ÖÇ5	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	cozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. XXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT3040 Advertising Campaign			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	6			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The course on Advertising Campaign aims to equip students with the essential skills and knowledge required to plan, execute, and evaluate effective advertising strategies across various media platforms. Students will learn to analyze target audiences, develop creative concepts, manage budgets, and utilize appropriate marketing tools to achieve specific communication objectives. By the end of the course, students should be proficient in designing comprehensive advertising campaigns that integrate market research, creative messaging, media planning, and performance metrics, preparing them for roles in advertising agencies, marketing departments, or as independent consultants in the dynamic field of advertising.			
<b>Course Content</b>	The Advertising Campaign course covers a comprehensive range of topics essential for understanding and executing effective advertising strategies. Students delve into the fundamentals of market research, consumer behavior analysis, and strategic planning to identify target audiences and develop compelling creative concepts. They learn the intricacies of media planning and buying, budget management, and campaign implementation across digital, print, broadcast, and social media platforms. Emphasis is placed on integrating marketing communication theories with practical skills in copywriting, visual design, and campaign analytics. Throughout the course, students engage in hands-on projects to create, execute, and evaluate advertising campaigns, preparing them for careers in advertising agencies, marketing departments, or freelance consulting roles in the dynamic and competitive field of advertising.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course			
<b>Resources</b>	American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.). <a href="https://doi.org/10.1037/0000165-000">https://doi.org/10.1037/0000165-000</a> , Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (12th ed.). McGraw-Hill Education., Moriarty, S., Mitchell, N. D., & Wells, W. D. (2019). Advertising: Principles and practice (10th ed.). Pearson Education., Duncan, T., & Caywood, C. (2021). The principles of advertising and IMC (3rd ed.). McGraw-Hill Education., Shimp, T. A. (2020). Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications (11th ed.). Cengage Learning., Fill, C., & Turnbull, S. L. (2020). Marketing communications: Brands, experiences and participation (8th ed.). Pearson Education			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to Face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	%70

<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25=3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. develop comprehensive advertising strategies by conducting market research</li> <li>2. identify target audiences, and set clear communication objectives</li> <li>3. demonstrate proficiency in generating innovative and persuasive creative concepts</li> <li>4. understand the principles of media planning and buying</li> <li>5. learn to create and manage advertising budgets</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Advertising Campaigns □ Overview of advertising fundamentals and the role of campaigns	
	2	Historical perspectives and evolution of advertising strategies.Introduction to key concepts: target audience, branding, and messaging	
	3	Market Research and Consumer Analysis. Techniques for conducting market research.	
	4	Understanding consumer behavior and segmentation.Utilizing data analytics in advertising decision-making	
	5	Strategic Planning, Setting campaign objectives and goals	

	6	Developing advertising strategies and tactics, Creating a creative brief and campaign proposal	
	7	Creative Development, Principles of effective creative advertising	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Copywriting and visual design for print and digital media, Evaluating creative concepts and selecting the best ideas	
	10	Media Planning and Buying, Media landscape overview: digital, traditional, and emerging channels	
	11	Media planning strategies and audience targeting, Negotiating and purchasing media placements within budget constraints	
	12	Campaign Execution and Management, Implementing advertising campaigns across chosen media platforms	
	13	Project management and timeline development, Monitoring and optimizing campaign performance in real-time	
	14	Budget Management and ROI Analysis, Allocating resources effectively and managing advertising budgets, Calculating return on investment (ROI) and evaluating campaign effectiveness, Adjusting strategies based on financial and performance metrics	
	15	Campaign Evaluation and Future Trends, Analyzing post-campaign results and conducting post-mortem evaluations, Predicting future advertising trends and innovations, Final project presentations and reflections on campaign successes and challenges	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	5	5	5
ÖÇ2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4
ÖÇ3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4
ÖÇ4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3	4
ÖÇ5	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. XXXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXXXX@marmara.edu.tr





### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	HIT 3042 Sosyal medyada İzleme Analizi ve Raporlama (Monitoring Analysis and Reporting in social media)			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	3			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	6			
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	İngilizce			
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders, sosyal medya etkinliklerinin nasıl izleneceğine, analiz edileceğine ve raporlanacağına dair derinlemesine bir anlayış sağlar.			
<b>Dersin İçeriği</b>	Öğrenciler veri toplamak, trendleri analiz etmek; iş stratejilerini ve pazarlama kararlarını oluşturabilmek için çeşitli dijital analiz teknikleri öğreneceklerdir.			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Yok			
<b>Kaynaklar</b>	Sponder, M. (2009). "Social Media Analytics: Effective Tools for Building, Interpreting, and Using Metrics" Fuchs, C. (2016). "Social Media: A Critical Introduction."			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Sınıfta / Örgün			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	2	28
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	1	6	6
	Ödevler	1	3	3
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	1	1
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1	



**Toplam İş Yüğü (saat):39**

**Toplam süre: 13**

**AKTS / 39:13 = 3**

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersin sonunda öğrenciler şunları yapabilecektir:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosyal medyada analiz yapmanın temellerini anlar.</li> <li>2. Sosyal medyada veri toplamak için çeşitli araç ve platformlardan yararlanır.</li> <li>3. Anlamli içgörüler elde etmek için sosyal medya ölçümlerini analiz eder.</li> <li>4. Stratejik kararlara bilgi sağlamak için ayrıntılı raporlar oluşturabilir.</li> <li>5. Sosyal medya analizlerinde eleştirel analiz de yapabilir.</li> </ol>
---------------------------------	---

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Sosyal Medya İzlemeye Giriş	Fuchs (2016)
	2	Sosyal Medya Metrikleri	Fuchs (2016)
	3	Popüler sosyal medya izleme araçlarına genel bakış (Hootsuite, Sprout Social, Brandwatch)	Sponder (2009)
	4	Veri Toplama Teknikleri	Sponder (2009)
	5	Etkileyici Veri Analizi	Sponder (2009)
	6	Sosyal Medya Verilerinin Analizi	Fuchs (2016)
	7	Sosyal Medya Analiz Platformu	Fuchs (2016)
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	İçerik Analizi	Fuchs (2016)
	10	Raporlama Teknikleri	Sponder (2009)
	11	Sosyal Medya İzlemede Örnek Olay İncelemeleri	Sponder (2009)
	12	Sosyal Medya İzlemede Örnek Olay İncelemeleri	Sponder (2009)
13	Sosyal Medyada Kriz Yönetimi	Fuchs (2016)	

	14	Yasal ve Etik Hususlar	Fuchs (2016)
	15	Genel Tekrar	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4										4					4	4
ÖÇ2		3		3						4					3		
ÖÇ3			3				2		3			3		2			
ÖÇ4					4			2					2				
ÖÇ5						3											

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	<a href="mailto:ebru.ozgen@marmara.edu.tr">ebru.ozgen@marmara.edu.tr</a>
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT 3042 Monitoring Analysis and Reporting in social media			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	6			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	This course provides an in-depth understanding of how to monitor, analyze, and report on social media activities.			
<b>Course Content</b>	Students will learn various tools and techniques to gather data, analyze trends, and create comprehensive reports to inform business strategies and marketing decisions.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	Class lecture power points,book chapters and articles. Sponder, M. (2009). "Social Media Analytics: Effective Tools for Building, Interpreting, and Using Metrics" Fuchs, C. (2016). "Social Media: A Critical Introduction."			
<b>Mode of Delivery</b>	In Class			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work- Load</b>
	Course Duration	14	2	28
	Hours for off the c.r.stud	1	6	6
	Assignments	1	3	3
	Presentation			
	Mid-terms	1	1	1
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	1	1
<b>Total Work - Load: 39</b>		<b>Total Duration: 13</b>		
		<b>39:13=3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	By the end of this course, students will be able to: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Understand the fundamentals of social media monitoring and analysis.</li> <li>2. Utilize various tools and platforms for social media data collection.</li> <li>3. Analyze social media metrics to derive meaningful insights.</li> <li>4. Create detailed reports to inform strategic decisions.</li> <li>5. Develop critical thinking skills.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Social Media Monitoring	Fuchs (2016)
	2	Social Media Metrics	Fuchs (2016)
	3	Overview of popular social media monitoring tools (Hootsuite, Sprout Social, Brandwatch)	Sponder (2009)
	4	Data Collection Techniques	Sponder (2009)
	5	Influencer Data Analysis	Sponder (2009)
	6	Analyzing Social Media Data	Fuchs (2016)
	7	Social Media Analytics Platforms	Fuchs (2016)
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Content analysis	Fuchs (2016)
	10	Reporting Techniques	Sponder (2009)
	11	Case Studies in Social Media Monitoring	Sponder (2009)
	12	Case Studies in Social Media Monitoring 2	Sponder (2009)
	13	Social Media Crisis Management	Fuchs (2016)
	14	Legal and Ethical Considerations	Fuchs (2016)
	15	Review Class Before Final Exam	Class notes
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>								x									x
<b>ÖÇ2</b>	x								x								
<b>ÖÇ3</b>		x	x		x	x				x		x		x	x	x	
<b>ÖÇ4</b>				x			x				x		x				

<b>ÖÇ5</b>																			
		<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru Özgen																	
<b>Contact (e-mail)</b>		ebru.ozgen@marmara.edu.tr																	
<b>Lecturer of the Course</b>																			
<b>Contact (e-mail)</b>																			



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4011 Kurumsal İletişim			
Dersin Kredisi (AKTS)	9			
Dersin Yarıyılı	7			
Dersin Türü	Kuramsal			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Kurumsal İletişim ve sosyal medya kavramları çerçevesinde kurumsal iletişimin dönüşümünü değerlendirmektir. Kurumsal iletişimin temel unsurlarından olan paydaş iletişimi çerçevesinde yürütülecek kurumsal iletişim stratejilerinde sosyal medya unsurlarına yer vermek ve örneklerle uygulamaları anlatmak.			
Dersin İçeriği	Derse giriş kurumsal iletişim ve sosyal medya kavramı ile yapılır. Kurumsal iletişim yönetimi ve kurumsal iletişim stratejilerindeki dijital dönüşüm anlatılır. Kurumsal iletişimin esas hedefini oluşturan paydaş iletişimine vurgu yapılacaktır. Sosyal Medyada kurum kimliği, kurum imajı ve kurum kültürü gibi kurumsal değerler ve iletişimde iletişim uygulamaları örnekler çerçevesinde ele alınacaktır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Elif Başak Sarıoğlu, Dijital Halkla İlişkiler, Konya: Eğitim Yayınevi Murat Koçyiğit, Dijital Halkla İlişkiler ve Online Kurumsal İtibar Yönetimi, Konya: Eğitim Yayınevi Özlem Aşman Alıkcı: Halkla İlişkiler 2.0, Ankara: Efil Yayınları			
Dersin Öğretim Şekli	Ders, grup çalışması, ödevler			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurumsal iletişimde sosyal medyanın önemini kavramak</li> <li>2. Kurumsal iletişimde dijital dönüşüm farkındalığını kazandırmak</li> <li>3. Sosyal medyada kurumsal iletişim uygulamalarına dikkat çekmek</li> <li>4. Sosyal medya örnekleri ile online kurumsal iletişim stratejilerinin önemini açıklayabilmek</li> <li>5. Online kurumsal iletişimde paydaş katılımını sağlamada sosyal medyayı etkili kullanmayı açıklayabilmek</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Kurumsal İletişim Kavramı	
	2	Kurumsal İletişim Yönetimi	
	3	Kurumsal İletişim Stratejileri ve Kurumsal İletişimin Dijital Dönüşümü	
	4	Sosyal Medyada Kurum Kimliği, Kurum İmajı ve Kurum Kültürü	
	5	Sosyal Medyada Paydaş Katılımı ve Kurum içi İletişim	
	6	Değişim Yönetimi ve Medya İlişkileri	
	7	Derse Yönelik Öğrenci Tartışmaları	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Sosyal Medyada Konu Yönetim	
	10	Sosyal Medyada Kriz İletişimi	
	11	Sosyal Medyada Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışı	
	12	Sosyal Medyada İtibar Yönetim	
13	Sosyal Medyada Kurumsal İletişim Örnekleri		



	14	Sosyal Medyada Kurumsal İletişim Örnekleri	
	15	Sosyal Medyada Kurumsal İletişim Örnekleri	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>ÖÇ2</b>	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5
<b>ÖÇ3</b>	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
<b>ÖÇ4</b>	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5
<b>ÖÇ5</b>	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. XXXXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Yeliz KUŞAY
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	ykusay@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT 4011 Corporate Communications			
<b>Credit (ECTS)</b>	9			
<b>Semester</b>	7			
<b>Type of Course Unit</b>	Theoretical			
<b>Language of Instruction</b>	Türkçe			
<b>Objectives of Course</b>	To evaluate the transformation of corporate communication within the framework of corporate communication and media principles. To include social media components in corporate communication strategies to be carried out within the framework of stakeholder communication, which is one of the basic components of corporate communication, and to explain applications with examples.			
<b>Course Content</b>	The introduction to the course is performed by the principles of corporate communication and social media. The digital transformation in corporate communication management and corporate communication strategies are explained. The stakeholder communication is going to be emphasized, since it is the main goal of corporate communication. The corporate values such as corporate identity, corporate image and corporate culture in Social Media and communication practices in communication are going to be discussed within the framework of examples.			
<b>Prerequisites</b>				
<b>Resources</b>	Elif Başak Sarıoğlu, Dijital Halkla İlişkiler, Konya: Eğitim Yayınevi Murat Koçyiğit, Dijital Halkla İlişkiler ve Online Kurumsal İtibar Yönetimi, Konya: Eğitim Yayınevi Özlem Aşman Alikılıç: Halkla İlişkiler 2.0, Ankara: Efil Yayınları			
<b>Mode of Delivery</b>	Lecture, team works, assignments.			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	10 %	
	Attendance			
	Practice			

	Project			
	Final Examination	1	60 %	
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To understand the importance of social media in corporate communication</li> <li>2. To raise awareness of digital transformation in corporate communication</li> <li>3. To draw attention to corporate communication practices in social media</li> <li>4. Emphasizing the importance of online corporate communication strategies with social media examples</li> <li>5. To achieve using social media effectively to ensure stakeholder participation in online corporate communication</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Concept of Corporate Communication	
	2	Corporate Communication Management	
	3	Corporate Communication Strategies and Digital Transformation of Corporate Communication	
	4	Corporate Identity, Corporate Image and Corporate Culture in Social Media	
	5	Stakeholder Engagement and Internal Communication in Social Media	
	6	Change Management and Media Relations	
	7	Student Discussions About The Course	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Subject Management in Social Media	
	10	Crisis Communication Management in Social Media	

	11	Corporate Social Responsibility Approach in Social Media	
	12	Reputation Management in Social Media	
	13	Examples of Online Corporate Communication	
	14	Examples of Online Corporate Communication	
	15	Examples of Online Corporate Communication	
	16	Final Exam	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
ÖÇ2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5
ÖÇ3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
ÖÇ4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5
ÖÇ5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. XXXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXX@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. Yeliz KUŞAY
<b>Contact (e-mail)</b>	ykusay@marmara.edu.tr





İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4013 Sosyal Sorumluluk ve Proje Yönetimi			
Dersin Kredisi (AKTS)	9			
Dersin Yarıyılı	7			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu ders sosyal sorumluluk ve proje yönetimi konularını kapsamlı bir şekilde ele almayı ve öğrencilerin hem teorik bilgiyi hem de pratik uygulamayı öğrenmelerini amaçlamaktadır.			
Dersin İçeriği	Bu ders, öğrencilere sosyal sorumluluk kavramını, proje yönetimi süreçlerini ve stratejik planlama, etik, sürdürülebilirlik, teknoloji kullanımı gibi konulardaki pratik uygulama ve analitik düşünme becerileri kazandırır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	1. Ebru Özgen, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri			
Dersin Öğretim Şekli	Örgün			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosyal sorumluluk kavramını anlar ve iş dünyasında uygulama becerisi kazanır</li> <li>2. Proje yönetimi süreçlerini planlama, yürütme ve değerlendirme yeteneklerini geliştirir</li> <li>3. Etik değerleri proje yönetimine entegre eder</li> <li>4. Sürdürülebilirlik ilkelerini projelerde uygulama ve çevresel etkileri yönetme yetkinliği kazanır</li> <li>5. Küresel sosyal sorumluluk projeleri ve işbirlikleriyle ilgili bilgi ve deneyim kazanır</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Giriş ve Temel Kavramlar	1, ders notları
	2	Sosyal Sorumluluk ve Etik	1, ders notları
	3	Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik	1, ders notları
	4	Küresel Perspektif ve Uluslararası Projeler	1, ders notları
	5	İşbirlikçi Proje Yönetimi	1, ders notları
	6	Proje Planlama ve Stratejik Yaklaşım	1, ders notları
	7	Proje Planlama ve Stratejik Yaklaşım	
	8	<b>ARA SINAV</b>	1, ders notları
	9	Gelecek Trendler ve İleriye Bakış	1, ders notları
	10	Değerlendirme ve Etkinlik Ölçümü	1, ders notları
	11	Örnek Proje değerlendirme ve öğrenci projeleri	1, ders notları
	12	Örnek Proje değerlendirme ve öğrenci projeleri	1, ders notları
	13	Örnek Proje değerlendirme ve öğrenci projeleri	1, ders notları
	14	Örnek Proje değerlendirme ve öğrenci projeleri	1, ders notları
	15	Örnek Proje değerlendirme ve öğrenci projeleri	1, ders notları
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	5	5	5	5	5	5	3	5	2	4	5	5	5	5	3	3
ÖÇ2	1	5	5	5	5	5	5	3	5	2	4	5	5	5	5	3	3
ÖÇ3	1	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	3	3
ÖÇ4	1	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	3	3
ÖÇ5	1	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	3	3
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									<b>Prof. Dr. Ebru Özgen</b>								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>																	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>																	





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4013 Social Responsibility and Project Management			
<b>Credit (ECTS)</b>	9			
<b>Semester</b>	7			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	This course aims to comprehensively address social responsibility and project management issues and enable students to learn both theoretical knowledge and practical application.			
<b>Course Content</b>	This course provides students with the concept of social responsibility, project management processes, and practical application and analytical thinking skills on issues such as strategic planning, ethics, sustainability, and use of technology.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	1.Ebru Özgen, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri			
<b>Mode of Delivery</b>	In Class			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work- Load</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work - Load: 77</b>		<b>Total Duration: 12</b>		
		<b>77:12= 6</b>		

<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to:
	1. Understands the concept of social responsibility and gains the ability to apply it in the business world
	2. Improves abilities to plan, execute and evaluate project management processes
	3. Integrates ethical values into project management
	4. Gains the competence to apply sustainability principles in projects and manage environmental impacts
5. Gains knowledge and experience about global social responsibility projects and collaborations	

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction and Basic Concepts	1, lecture notes
	2	Social Responsibility and Ethics	1, lecture notes
	3	Social Responsibility and Sustainability	1, lecture notes
	4	Global Perspective and International Projects	1, lecture notes
	5	Collaborative Project Management	1, lecture notes
	6	Project Planning and Strategic Approach	1, lecture notes
	7	Project Planning and Strategic Approach	1, lecture notes
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Future Trends and Looking Forward	1, lecture notes
	10	Evaluation and Effectiveness Measurement	1, lecture notes
	11	Case studies and student projects	1, lecture notes
	12	Case studies and student projects	1, lecture notes
	13	Case studies and student projects	1, lecture notes
	14	Case studies and student projects	1, lecture notes
	15	Case studies and student projects	1, lecture notes
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	1	5	5	5	5	5	5	3	5	2	4	5	5	5	5	3	3
<b>ÖÇ2</b>	1	5	5	5	5	5	5	3	5	2	4	5	5	5	5	3	3
<b>ÖÇ3</b>	1	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	3	3
<b>ÖÇ4</b>	1	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	3	3
<b>ÖÇ5</b>	1	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	3	3
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	
<b>Contact (e-mail)</b>	



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4031 Bütünleşik Marka İletişimi			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	5			
Dersin Türü	Bölüm Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Günümüzde markalaşma ve marka iletişimi kavramları, bireyler, kurum ve kuruluşlar, şehirler ve ülkeler için gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Bu bağlamda Marka iletişimi kavramının anlatılması ve pazarlama iletişimi ile ilgili diğer halkla ilişkiler ve marka kavramlarının bağlantılı olarak açıklanması, dersin amacını oluşturmaktadır.			
Dersin İçeriği	Pazarlama iletişimi ve halkla ilişkiler açısından markalama, marka imajı, marka yaratmak ve marka denkliği kavramları ile marka yönetimi kavramı, markanın unsurları, marka iletişimi ve markanın konumlandırılması, dersin konusunu oluşturmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	Işıl Karpat, Marka Yönetimi, İletişim Yayınları, 2004. Yavuz Odabaşı, Mine Oyman, Pazarlama İletişimi Yönetimi, Mediacat Yayınları, İstanbul, 2001. Nurhan Babür Tosun, Marka Yönetimi, 3. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2010. David A. Aaker, Managing Brand Equity, New York: John Wiley & Sons Inc, 1991. Majken Schultz, Mary Jo Hatch, Mogens Holten Larsen (Editor), Expressive Organization-Linking Identity, Reputation and The Corporate Brand, New York, Oxford University Press Inc., 2000. Harvard Business Review on Brand Management, Boston, Harvard Business School Press, 1999. Jean Noel Kapferer, Strategic Brand Management, London, Kogan Page Ltd., 1997.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüzyüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	% 30	Alan Bilgisi	% 70
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Öğrenciler temel marka stratejilerini bilirler.</li> <li>2. Öğrenciler bütünleşik pazarlama halkla ilişkileri yöntem ve araçlarını açıklarlar.</li> <li>3. Öğrenciler marka iletişimi uygulamaları arasındaki ilişkiyi tanımlarlar.</li> <li>4. Öğrenciler Türkiye’deki marka yönetimi uygulamalarını öğrenirler.</li> <li>5. Öğrenciler sembolik ve işlevsel markalama stratejilerini anlarlar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Kavramsal boyutuyla marka ve marka yönetimi	
	2	Marka konumlandırma	
	3	Marka kimliği	
	4	Markalama süreci	
	5	Sembolik ve işlevsel markalama	
	6	Marka denkliği	
	7	Markalama Stratejileri	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Markalama ve Tüketici Davranışı	
	10	Satış Geliştirme	
	11	Satın Alma Noktası İletişimi	
	12	Doğrudan Pazarlama	
	13	Pazarlama Halkla ilişkileri ve Reklam	
	14	Marka ve Dijitalleşme	
	15	Öğrenci çalışmaları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	3	4
ÖÇ2	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
ÖÇ3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	5	4
ÖÇ4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4
ÖÇ5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	3	4
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. XXXXXX								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									XXXX@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Prof. Dr. EMEL KARAYEL BİLBİL								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									emelkarayel@marmara.edu.tr								



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4031 Integrated Brand Communication			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	5			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	Today, the concepts of branding and brand communication are gaining importance day by day for individuals, institutions and organizations, cities and countries. In this context, the aim of the course is to explain the concept of brand communication and to explain public relations and brand concepts related to marketing communication.			
<b>Course Content</b>	The subject of the course is the concepts of branding, brand image, brand creation and brand equity in terms of marketing communication and public relations, as well as the concept of brand management, brand elements, brand communication and brand positioning.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	<p>İşıl Karpat, Marka Yönetimi, İletişim Yayınları, 2004.</p> <p>Yavuz Odabaşı, Mine Oyman, Pazarlama İletişimi Yönetimi, Mediacat Yayınları, İstanbul, 2001.</p> <p>Nurhan Babür Tosun, Marka Yönetimi, 3. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2010.</p> <p>David A. Aaker, Managing Brand Equity, New York: John Wiley &amp; Sons Inc, 1991.</p> <p>Majken Schultz, Mary Jo Hatch, Mogens Holten Larsen (Editor), Expressive Organization-Linking Identity, Reputation and The Corporate Brand, New York, Oxford University Press Inc., 2000.</p> <p>Harvard Business Review on Brand Management, Boston, Harvard Business School Press, 1999.</p> <p>Jean Noel Kapferer, Strategic Brand Management, London, Kogan Page Ltd., 1997.</p>			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	30 %	Field	70 %
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		10 %
	Attendance			
	Practice			

	Project			
	Final Examination	1	60 %	
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Students know basic brand strategies.</li> <li>2. Students explain integrated marketing public relations methods and tools.</li> <li>3. Students define the relationship between brand communication practices.</li> <li>4. Students learn brand management practices in Turkey.</li> <li>5. Students understand symbolic and functional branding strategies.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Brand and brand management with its conceptual dimension	
	2	Brand positioning	
	3	Brand identity	
	4	Branding process	
	5	Symbolic and functional branding	
	6	Brand equity	
	7	Branding Strategies	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Branding and Consumer Behavior	
	10	Sales promotion	
	11	Point of Purchase Communication	
	12	Direct Marketing	
13	Marketing Public Relations and Advertising		



	14	Brand and Digitalization	
	15	Student assignments	
	16	<b>Final Exam</b>	

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	3	4
<b>ÖÇ2</b>	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
<b>ÖÇ3</b>	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	5	4
<b>ÖÇ4</b>	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4
<b>ÖÇ5</b>	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	3	4

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. XXXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXX@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Prof. Dr. EMEL KARAYEL BİLBİL
<b>Contact (e-mail)</b>	emelkarayel@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

### DERS TANIMLAMA FORMU

<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	HIT4033 Dijital Reklamcılık			
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	3			
<b>Dersin Yarıyılı</b>	7			
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli			
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe			
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı, internet reklamcılığı deneyimlerini, reklam çalışmalarına girdi olarak kullanmaya teşvik ederek öğrenim düzeylerini arttırmaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>	İnternet reklamcılığı ve reklam ile ilgili kavramlar.			
<b>Dersin Ön Koşulları</b>				
<b>Kaynaklar</b>	Ders notları, makaleler, Nurhan Babür Tosun(2010), İletişim Temelli Marka Yönetimi, İst: Beta, Müge Elden, Özkan Ulukök, Sinem Yeygel "Şimdi Reklamlar"..,			
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Ders Anlatımı			
<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>		
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3	
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1-Analitik düşünme becerisi kazanmak</li><li>2-Etik değerler geliştirmek</li><li>3-Uygulamada mesleki yeterlilik kazanmak</li><li>4-Kuramlar ve pratiği meslek yaşamında birlikte kullanabilmek</li><li>5- Mesleki sunum becerisi kazanmak</li></ol>

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Giriş, dersin içeriği ve kapsamı	
	2	Reklam Mecralarının Gelişimi	
	3	Kişisel Bilgisayarların ve İnternetin Ortaya Çıkıp Yaygınlaşması	
	4	İnternetin Bir Reklam Mecrası Olarak Sunduğu Olanak ve Riskler	
	5	Web Reklamcılığı ve Marka İletişimi	
	6	Bir Web Sitesinin Performansını Etkileyen Kriterler	
	7	Web Reklamlarında Kullanılan Geleneksel Yöntemler	

8	ARA SINAV	
9	Web Reklamlarında Kullanılan Yeni Formatlar	
10	Web Reklamlarında Kullanılan Strateji ve Taktikler	
11	Web Reklamlarının Temel Avantajları ve Ölçümler	
12	Başarılı bir Web Reklamındaki Önemli Etkenler	
13	Online Pazarlama Siteleri ve Özellikleri	
14	Ağ Tarafsızlığı, Semantik Web, Yapay Zeka Kavramları ve İnternet Reklamcılığının Geleceği	
15	Ders Sonu Değerlendirmesi	
16	YARIYIL SONU SINAVI	

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			

Katkı Düzeyi: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

Dersin Koordinatörü	Öğr.Gör. Dr. Burçin Ertürk
İletişim Bilgileri (e-posta)	burcin.erturk@marmara.edu.tr
Dersi Verecek Öğretim Elemanları	Öğr.Gör. Dr. Burçin Ertürk
İletişim Bilgileri (e-posta)	burcin.erturk@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4033 Digital Advertising			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	7			
<b>Type of Course Unit</b>	Lesson			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of this course is to increase learning levels by encouraging them to use internet advertising experiences as input to advertising studies.			
<b>Course Content</b>	Internet advertising and concepts related to advertising.			
<b>Prerequisites</b>				
<b>Resources</b>	Lecture notes, articles, Nurhan Babür Tosun(2010), İletişim Temelli Marka Yönetimi, İst: Beta, Müge Elden, Özkan Ulukök, Sinem Yeygel "Şimdi Reklamlar"...			
<b>Mode of Delivery</b>	Lecture			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to:			

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analytical thinking skill</li> <li>2. Developing ethical values</li> <li>3. Providing professional competence in practice</li> <li>4. Being able to use theories and practice together in professional life</li> <li>5. To gain professional skills</li> </ol>
--	--

Weekly Detailed Course Contents	Week	Topics	Study Materials
	1	Introduction, content and scope of the course	
	2	Development of Advertising Mediums	
	3	The Emergence and Spread of Personal Computers and the Internet	
	4	Opportunities and Risks Offered by the Internet as an Advertising Medium	
	5	Web Reklamcılığı ve Marka İletişimi	
	6	Criteria That Affect the Performance of a Website	
	7	Traditional Methods Used in Web Advertisements	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	New Formats Used in Web Ads	
	10	Strategies and Tactics Used in Web Ads	
	11	Key Advantages of Web Ads and Measurement	
	12	Important Factors in a Successful Web Ad	
	13	Online Marketing Sites and Features	
	14	Net Neutrality, Semantic Web, Artificial Intelligence Concepts and the Future of Internet Advertising	
	15	End of Course Evaluation	
16	<b>Final Exam</b>		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			

Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant  
ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes

Course Coordination	Öğr.Gör. Dr. Burçin Ertürk
Contact (e-mail)	burcin.erturk@marmara.edu.tr

<b>Lecturer of the Course</b>	Öğr.Gör. Dr. Burçin Ertürk
<b>Contact (e-mail)</b>	burcin.erturk@marmara.edu.tr





İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4035 Dijital Veri Toplama Yöntemleri ve Analizi			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	7			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu dersin temel amacı iletişime dair farklı formatlardaki (basılı, görsel) üretimleri analiz edebilme yetilerine öğrencilerin aşına olmasını sağlamaktır. Öğrencilerin pozitivist, eleştirel ve yorumlayıcı analiz yöntemlerini doğru bir biçimde kullanabilecek yeterliliğe erişmeleri amaçlanmaktadır.			
Dersin İçeriği	İletişim bilimlerinde ağırlıklı kullanılan analiz yöntemler bu dersin ana konusunu oluşturmaktadır. Eleştirel, Marksist, pozitivist ve yorumlayıcı analiz yaklaşımlarının her birinin derinliği örnek olaylarla ayrıntılı olarak sunulacaktır.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	Berger, A. A. (2017). <i>Media analysis techniques</i> . Sage Publications. Hansen, A., & Machin, D. (2018). <i>Media and communication research methods</i> . Wayne, M. (2003). <i>Marxism and media studies: Key concepts and contemporary trends</i> .			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pozitivist, eleştirel ve yorumlayıcı medya analiz yöntemleri arasındaki ayrımı öğrenmek.</li> <li>2. Pozitivist yaklaşımın çeşitliliğini anlayarak niceliksel araştırma yöntemlerine aşina olmak.</li> <li>3. Eleştirel çalışmaların önemli bir dalı olan Marksist medya analizi yöntemi ile medya içeriklerini yorumlayabilmek.</li> <li>4. Göstergebilimsel analizin temellerini öğrenerek görsel medya ürünlerini yorumlarken bu alandan faydalanabilmek.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Medya Analizine Giriş	
	2	Medya Analizinde Eleştirel Yaklaşımlara Giriş	
	3	Marksist Medya Analizinin Temelleri ( Marksizm'de temel kavramlar)	
	4	Yabancılaşma ve Medya içeriklerindeki örnekleri	
	5	Tüketim Kültürü ve Medya Analizi ( Bourdieu ve Habitus Kavramı üzerinden film incelemesi)	
	6	Feminist Analiz	
	7	Eleştirel Söylem Analizi ve Örnek Film İncelemesi	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Göstergebilimsel Analiz	
	10	Pozitivizme ve Pozitivist Medyaya Giriş Teoriler	
	11	Eleştirel ve Pozitivist Analiz Arasındaki Yaklaşım Farklılıkları	
	12	Bir Analiz ve Araştırma Yöntemi Olarak Derinlemesine Mülakat	
	13	Bir Analiz ve Araştırma Yöntemi Olarak Anket	
	14	Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Üzerinden Örnek Olay İncelemesi	
	15	Dönemin Gözden Geçirilmesi	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
ÖÇ2	1	4	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	4		
ÖÇ3	1	1	1	1	4	4	4	3	4	4	4	4	1	1	4		
ÖÇ4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	4	4	4		
ÖÇ5																	
<p><b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı</p>																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Serhan Tezgeç								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									mehmet.tezgec@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Serhan Tezgeç								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									mehmet.tezgec@marmara.edu.tr								



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION	
<b>Course Code and Title</b>	HIT4035 Digital Data Collection Methods and Analysis
<b>Credit (ECTS)</b>	3
<b>Semester</b>	7
<b>Type of Course Unit</b>	Elective
<b>Language of Instruction</b>	Turkish
<b>Objectives of Course</b>	The main purpose of this course is to ensure that students become familiar with the ability to analyze communication-related productions in different formats (printed, visual). It is aimed for students to achieve proficiency in using positivist, critical and interpretive analysis methods correctly.
<b>Course Content</b>	Analysis methods commonly used in communication sciences constitute the main subject of this course. The depth of each of the critical, Marxist, positivist and interpretive analysis approaches will be presented in detail with case studies.
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.
<b>Resources</b>	Berger, A. A. (2017). <i>Media analysis techniques</i> . Sage Publications. Hansen, A., & Machin, D. (2018). <i>Media and communication research methods</i> . Wayne, M. (2003). <i>Marxism and media studies: Key concepts and contemporary trends</i>
<b>Mode of Delivery</b>	Face to Face

<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 30	Field	% 70
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To learn the distinction between positivist, critical and interpretive media analysis methods.</li> <li>2. To become familiar with quantitative research methods by understanding the diversity of the positivist approach.</li> <li>3. To be able to interpret media contents with the Marxist media analysis method, which is an important branch of critical studies.</li> <li>4. To learn the basics of semiotic analysis and benefit from this field when interpreting visual media products.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Media Analysis	
	2	Introduction to Critical Approaches in Media Analysis	
	3	Fundamentals of Marxist Media Analysis (basic concepts in Marxism)	
	4	Alienation and its examples in media content	
	5	Consumption Culture and Media Analysis (film review through Bourdieu and the Concept of Habitus)	
	6	Feminist Analysis	
	7	Critical Discourse Analysis and Sample Film Review	
	8	<b>Mid-term exam</b>	

	9	Semiotic Analysis	
	10	Introduction to Positivism and Positivist Media	
	11	Theories	
	12	Differences in Approach Between Critical and Positivist Analysis	
	13	In-Depth Interview as an Analysis and Research Method	
	14	Survey as an Analysis and Research Method	
	15	Case Study Based on Uses and Gratifications Theory	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
ÖÇ2	1	4	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	4		
ÖÇ3	1	1	1	1	4	4	4	3	4	4	4	4	1	1	4		
ÖÇ4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	4	4	4		
ÖÇ5																	
<p><b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b>  <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b></p>																	

<b>Course Coordination</b>	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Serhan Tezgeç
<b>Contact (e-mail)</b>	mehmet.tezgec@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Serhan Tezgeç
<b>Contact (e-mail)</b>	mehmet.tezgec@marmara.edu.tr





### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	<b>HIT4037</b> E-Yayıncılık			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	7			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	E- Yayıncılık konusunda öğrencileri bilgilendirmek ve kritik bir analiz kabiliyeti kazandırmak.			
Dersin İçeriği	E-Yayıncılık konulu makaleler, sınıf notları.			
Dersin Ön Koşulları	Yoktur			
Kaynaklar	Pavlik,J.(2010).The Impact of Technology on Journalism.Journalism Studies. UK: Routledge Publishing Lister,M. et al.(2008). New Media: A Critical Introduction. USA: Routledge Publishing Dijk,J.V. (2012). Network Society. U.K: Sage Publications			
Dersin Öğretim Şekli	Sınıfta- Teorik			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	% 100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/12 = 6</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. E-Yayıncılığın çeşitli biçimsel ve estetiksel konumlandırmalarını analiz edebilme ve değerlendirebilme yetisi kazanır.</li> <li>2. Dijital kitap/dergi/dergilerin nasıl üretildiğini ve tüketildiğini anlayabilme Dijital kitap/dergi/dergilerin nasıl üretilip tüketildiğini anlayabilme yetisi kazanır</li> <li>3. Genel anlamda yayıncıların nasıl temsil edildiklerini ve çalıştıklarını öğrenir.</li> <li>4. Dijital medya ile geleneksel medya arasındaki farkları anlayabilme yetisi kazanır.</li> <li>5. Eleştirel düşünme ve analiz becerileri geliştirmek</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	E-Yayıncılığa Giriş	Sınıf Notları
	2	Geleneksel Medya ve Yeni Medyanın Tanımlanması	Lister, (2008)
	3	Önem Yorumlama Teorisi ve Çevrimiçi Güven	Pavlik,J.(2010).
	4	Çevrimiçi Güvenilirlik ve Güven Filtreleri	Pavlik,J.(2010).
	5	Geleneksel Medyayı Yazmak ve Tasarlamak: Dergiler ve Gazeteler	Sınıf notları
	6	Elektronik yayınların yazılması ve tasarlanması: Web Siteleri ve Bloglar	Sınıf notları
	7	Genel tekrar	Sınıf notları
	8	<b>ARA SINAV</b>	-
	9	Teknolojinin Gazeteciliğe Etkisi	Pavlik,J.(2010).
	10	İnternet, Mobil Uygulamalar ve İçerik	Sınıf notları
	11	Web içeriğinin yapılandırılması (Bağlantılar ve Etiketleme)	Sınıf notları
12	İşletmelere yönelik çevrimiçi içeriğin yapılandırılması	Dijk,J.V. (2012)	



13	Sosyal Medya ve İçerik	Dijk,J.V. (2012)
14	E_Yayıncılık Modelleri	Pavlik,J.(2010)
15	Genel Tekrar	Sınıf notları
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	-

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	X						X					X				X	
ÖÇ2					X			X			X				X		
ÖÇ3		X				X			X				X				X
ÖÇ4			X	X						X				X			
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Dr. Öğr. Üyesi Sinem Güdüm
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	sinem.gudum@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Dr. Öğr. Üyesi Sinem Güdüm
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	sinem.gudum@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	HIT4037 E-Publishing			
Credit (ECTS)	3			
Semester	7			
Type of Course Unit	Elective			
Language of Instruction	English			
Objectives of Course	To analyze how e-publishing is shaped and to gain the necessary new media literacy needed to analyze and evaluate various forms of e-Publishing.			
Course Content	Class lecture power points, related book chapters and articles.			
Prerequisites	None			
Resources	Class lecture power points, and articles/books such as: Pavlik,J.(2010).The Impact of Technology on Journalism.Journalism Studies. UK: Routledge Publishing Lister,M. et al.(2008). New Media: A Critical Introduction. USA: Routledge Publishing Dijk,J.V. (2012). Network Society. U.K: Sage Publications			
Mode of Delivery	In Class			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work- Load</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work - Load: 77</b>		<b>Total Duration: 12</b>		
		<b>77:12= 6</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Be able to analyze and evaluate various forms and aesthetics of e-Publishing.</li> <li>2. Be able to understand how digital books/magazines/journals are produced and consumed.</li> <li>3. Be able to assess how e-publishers are represented</li> <li>4. Be able to understand the differences between digital media and traditional media.</li> <li>5. Develop critical thinking skills.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to the Course and the Format	Class notes
	2	Defining Traditional Media and New Media	Lister,(2008).
	3	Prominence Interpretation Theory and Trust Online	Pavlik, 2010
	4	Filters on Credibility and Trust Online	Pavlik, 2010
	5	Writing and designing Traditional Media: Magazines & Newspapers	Pavlik, 2010
	6	Writing and designing electronic publications: Websites & Blogs	Pavlik, 2010
	7	Review Class Before Midterm Exam	Class notes
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Influence of Technology in Journalism	Pavlik, 2010
	10	Internet, Mobile Applications & Content	Pavlik, 2010
	11	Structuring web-content (Links & Tagging)	Class notes
	12	Structuring online content for business (e-mailing)	Dijk,J.V. (2012)
	13	Social Media & Content	Dijk,J.V. (2012)
	14	Models of e-Publishing	Pavlik, 2010
	15	Review Class Before Final Exam	Class notes
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1								X									X
ÖÇ2	X								X								
ÖÇ3		X	X		X	X				X		X		X	X	X	
ÖÇ4				X			X				X		X				
ÖÇ5																	
<p><b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b>  <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b></p>																	
<b>Course Coordination</b>						Assist. Prof. Dr. sinem Güdüm											
<b>Contact (e-mail)</b>						sinem.gudum@marmara.edu.tr											
<b>Lecturer of the Course</b>						Assist. Prof. Dr. Sinem Güdüm											
<b>Contact (e-mail)</b>						sinem.gudum@marmara.edu.tr											



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4039 Halkla İlişkiler Araştırmaları			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	7			
Dersin Türü	seçimlik			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilere halkla ilişkilerde kullanılan araştırma yöntemleri ve tekniklerini öğretmek, aynı zamanda bu bilgileri pratik uygulamalarla pekiştirmelerini sağlamaktır. Öğrenciler, halkla ilişkiler kampanyalarını planlama, yürütme ve değerlendirme süreçlerinde araştırmanın önemini tanırlar.			
Dersin İçeriği	Bu dersin içeriği, halkla ilişkilerde nitel ve nicel araştırma yöntemlerini, veri toplama ve analiz teknikleri oluşturmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Halkla İlişkilerde Araştırma, Pınar Erarslan Yayınoglu Halkla İlişkiler Araştırmaları, Carroll Bateman Büyük Veri, Viktor Mayer-Schonberger			
Dersin Öğretim Şekli	Örgün			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Öğrenciler, halkla ilişkilerde kullanılan nitel ve nicel araştırma yöntemlerini tanırlar</li> <li>2. Öğrenciler, çeşitli veri toplama araçlarını ve tekniklerini tanımlarlar</li> <li>3. Öğrenciler verileri analizi yöntemlerini tanımlarlar</li> <li>4. Öğrenciler, kamuoyu yoklamaları ve pazar araştırmalarını değerlendirirler</li> <li>5. Öğrenciler, araştırma sonuçlarını raporlayabilir ve verileri görselleştirebilirler</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Giriş ve Temel Kavramlar	1,2
	2	Halkla İlişkilerde Araştırma Süreci	1,2
	3	Nitel Araştırma Yöntemleri	1,2
	4	Nicel Araştırma Yöntemleri	1,2,3
	5	Veri Toplama Teknikleri	1,2,3
	6	Veri Analizi	1,2
	7	Halkla İlişkilerde İçerik Analizi	
	8	<b>ARA SINAV</b>	1,2
	9	Örnek Olay İncelemeleri	1,2,3
	10	İletişim Araştırmaları ve Medya Takibi	1,2
	11	Kriz İletişimi ve Araştırma	1,2
	12	Kamuoyu Araştırmaları	1,2,3
	13	Pazar Araştırmaları	1,2,3
	14	Kurumsal İtibar ve Marka Araştırmaları	1,2
	15	Araştırma Raporlama ve Sunum Teknikleri	1,2
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	5	5	5	5	3	3	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3
ÖÇ2	1	5	5	5	5	3	3	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3
ÖÇ3	1	5	5	5	5	3	3	3	3	2	5	3	2	2	4	3	3
ÖÇ4	1	5	5	5	5	5	3	3	3	2	5	3	2	2	4	3	3
ÖÇ5	1	5	5	5	5	3	3	3	3	2	5	3	2	2	4	3	3
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									<b>Prof. Dr. Ebru Özgen</b>								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>																	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>																	



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4039 Public Relations Research			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	7			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	The objective of this course is to teach students the research methods and techniques used in public relations, while also reinforcing this knowledge through practical applications. Students will recognize the importance of research in the planning, execution, and evaluation processes of public relations campaigns.			
<b>Course Content</b>	The content of this course consists of qualitative and quantitative research methods, data collection and analysis techniques in public relations.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	1.Halkla ilişkilerde Araştırma, Pınar Erarslan Yayınoğlu 2.Halkla İlişkiler Araştırmaları, Carroll Bateman 3.Büyük Veri, Viktor Mayer-Schonberger			
<b>Mode of Delivery</b>	In Class			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		



<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work- Load</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work - Load: 77</b>		<b>Total Duration: 12</b> <b>77:12= 6</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- become familiar with qualitative and quantitative research methods used in public relations.</li> <li>2- describe various data collection tools and techniques</li> <li>3- define methods of data analysis</li> <li>4- evaluate opinion polls and market research</li> <li>5- report research results and visualize data</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction and Basic Concepts	1,2,3
	2	Public Relations Research Process	1,2
	3	Qualitative Research Methods	1,2
	4	Quantitative Research Methods	1,2
	5	Data Collection Techniques	1,2,3
	6	Data Analysis	1,2,3
	7	Content Analysis in Public Relations	1,2
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Case Studies	1,2
	10	Communication Research and Media Monitoring	1,2,3
	11	Crisis Communication and Research	1,2
	12	Public Opinion Research	1,2
	13	Market Research	1,2,3
	14	Corporate Reputation and Brand Research	1,2,3
	15	Research Reporting and Presentation Techniques	1,2
16	<b>Final Exam</b>		

<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>																	
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	1	5	5	5	5	3	3	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3
<b>ÖÇ2</b>	1	5	5	5	5	3	3	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3
<b>ÖÇ3</b>	1	5	5	5	5	3	3	3	3	2	5	3	2	2	4	3	3
<b>ÖÇ4</b>	1	5	5	5	5	5	3	3	3	2	5	3	2	2	4	3	3
<b>ÖÇ5</b>	1	5	5	5	5	3	3	3	3	2	5	3	2	2	4	3	3
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>						Prof. Dr. Ebru Özgen											
<b>Contact (e-mail)</b>						eozgen@marmara.edu.tr											
<b>Lecturer of the Course</b>																	
<b>Contact (e-mail)</b>																	



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4041 Kültürlerarası İletişim			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	7			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu dersi alan öğrencilerin: kültürlerarasılık kavramı ile zenginleşmeleri kültürlerarası iletişimde başarılı olacakları kültürlerarası iletişimin kavramlarını, terminolojisini, yaklaşımlarını, ve teorilerini öğrenmeleri beklenmektedir.			
Dersin İçeriği	Öğrenciler bu derste kültürlerarası iletişim kuramlarını öğrenecek ve iletişim davranışlarında farklılığın söz konusu olduğu durumları anlamak ve bu farklılıkların yarattığı sorunlarla baş etmek için kuramlardan nasıl yararlanacaklarını öğrenecektir. Bu derste öğrenilecek kavramlar, işaretlerin doğası, dilsel görecelik ve dil ile düşünce arasındaki bağlantı, çok dillilik, dilsel ve iletişim yeterliği arasındaki farklar, dil, iktidar, ırksal, etnik, sınıf ve cinsiyet farklılıklarının iletişimdeki rolü, sözsüz iletişim bulunmaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Dodd,Carley(1998). Kültürlerarası İletişimin Dinamikleri. Londra: McGrawTepesi Gannon, Martin J. (2001). Küresel Kültürleri Anlamak: Metaforik 23 Ülkeden. Londra: Bilge Yayınları Gannon, Martin J. (2008). Kültür Paradoksları ve Küreselleşme. Londra: Adaçayı			
Dersin Öğretim Şekli				
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	% 100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1		50 %	

	Toplam	100 %		
<b>AKTS/iş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>	<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Kültürlerarası iletişim kavram kuramlarını ayırt edebilir ve gündelik yaşamda kullanabilir hale gelmek.</li> <li>2- Kendi kültürünün inançları, değerleri ve normlarını tanıy ve baskın kültürler benzerlik ve farklarını ayırt eder hale gelmek.</li> <li>3- Birçok başka kültüre dahil olabilirken kendi kültürüne saygı duymak ve paylaşmak.</li> <li>4- Benmerkezci bir anlayıştan kültür farklarını kabul eden göreceli bir anlayışa evrilmek.</li> <li>5- Kültürel farklılıkların ayırıcına varmak ve değişik kültürlerin birbirine göre üstün olmadığını görmek.</li> </ol>			

	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	1	Kültürlerarası İletişime Giriş	
	2	Kültürün Unsurları ve Kültürlerarası İletişim	
	3	Kültürlerarası İletişimi Engellenen Unsurlar	
	4	Alt Kültürler AltGruplar	
	5	Kimlik Kavramı ve Farklılık	
	6	Kolonyalizm, Dağıtım Modelleri, Kültürel İkonlar, Kültürel Hegemonya	
	7	Kültürlerarası İletişim ve Dil	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Kültürlerarası İletişim ve Sözel Olmayan Mesajlar	
	10	Kültürlerarası İletişim ve Kültür Şoku	
	11	Kültürlerarası İletişim ve Kitle İletişim Araçları	
	12	Sinema ve Kültürlerarası İletişim	
	13	Yazılı Basın ve Kültürlerarası İletişim	
	14	Reklam ve Kültürlerarası İletişim	
	15	Televizyon ve Kültürlerarası İletişim	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1								4									4
ÖÇ2	4								4								
ÖÇ3		3	4							3		4		4	4	3	
ÖÇ4				4			4				4		3				
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. XXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	Intercultural Communication			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	7			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Türkçe			
<b>Objectives of Course</b>	Students taking this course are expected to: enrich themselves with the concept of interculturalism and learn the concepts, terminology, approaches, and theories of intercultural communication in order to be successful in intercultural communication			
<b>Course Content</b>	In this course, students will learn intercultural communication theories and how to use the theories to understand situations where there are differences in communication behaviors and to cope with the problems created by these differences. The concepts to be learned in this course include the nature of signs, linguistic relativity and the connection between language and thought, multilingualism, differences between linguistic and communication competence, the role of language, power, racial, ethnic, class and gender differences in communication, non-verbal communication.			
<b>Prerequisites</b>	Face to face			
<b>Resources</b>	Dodd,Carley(1998). Kültürlerarası İletişimin Dinamikleri. Londra: McGrawTepesi Gannon, Martin J. (2001). Küresel Kültürleri Anlamak: Metaforik 23 Ülkeden. Londra: Bilge YayınlarıGannon, Martin J. (2008). Kültür Paradoksları ve Küreselleşme. Londra: Adaçayı			
<b>Mode of Delivery</b>				
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- To be able to distinguish intercultural communication concepts and theories and use them in daily life.</li> <li>2- To become familiar with the beliefs, values and norms of one's own culture and to distinguish the similarities and differences between dominant cultures.</li> <li>3- Respecting and sharing one's own culture while being involved in many other cultures.</li> <li>4- Evolving from a self-centered understanding to a relative understanding that accepts cultural differences.</li> <li>5- Recognizing cultural differences and seeing that different cultures are not superior to each other</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Intercultural Communication	
	2	Elements of Culture and Intercultural Communication	
	3	Factors that hinder intercultural communication	
	4	Subcultures Subgroups	
	5	Concept of Identity and Difference	
	6	Colonialism, Distribution Models, Cultural Icons, Cultural Hegemony	
	7	Intercultural Communication and Language	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Intercultural Communication and Nonverbal Messages	
	10	Intercultural Communication and Culture Shock	
	11	Intercultural Communication and Mass Media	
	12	Cinema and Intercultural Communication	
	13	Written Media and Intercultural Communication	
	14	Advertising and Intercultural Communication	
15	Television and Intercultural Communication		

	16	Final Exam															
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>																	
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	öç1								4								
ÖÇ2	öç2	4								4							
ÖÇ3	öç3		3	4							3		4		4	4	3
ÖÇ4	öç4				4			4				4		3			
ÖÇ5	öç5																
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>					Prof. Dr. Ebru Özgen												
<b>Contact (e-mail)</b>					eozgen@marmara.edu.tr												
<b>Lecturer of the Course</b>					Assoc. Prof. Dr. XXXXX												
<b>Contact (e-mail)</b>					XXXXX@marmara.edu.tr												





## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4043 Reklam ve Popüler Kültür			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	7			
Dersin Türü	Sosyal Bilimler			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Akademik ve Mesleki Bağlantılarda İletişim ve Reklama Dair Eleştirel Bir Farkındalık Kazanabilmek.			
Dersin İçeriği	Reklam ve Kültür Etkileşimi ile İlgili Bilgiler Verilmektedir.			
Dersin Ön Koşulları	Yok			
Kaynaklar	Ders Notları ve Makaleler			
Dersin Öğretim Şekli	Anlatım ve Tartışma			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	10 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Popüler kültürün ne olduğuna dair bir fakındalık oluştururlar.</li> <li>2. Reklam metinlerini hem bir popüler kültür ürünü hem de bu kültürün yeniden üreticisi olarak anlamlandırabilirler.</li> <li>3. Reklam metinlerini okuyup değerlendirebilirler.</li> <li>4.</li> <li>5.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Kültür ile İlgili Kavramlar: Kitle Kültürü, Yüksek Kültür, Alt Kültür ve Popüler Kültür.	
	2	Kültür ile İlgili Kavramlar: Kitle Kültürü, Yüksek Kültür, Alt Kültür ve Popüler Kültür.	
	3	Endüstri Devrimi ve Kültür Endüstrisi.	
	4	Kitle İletişim Araçlarının Kültür İnşasındaki Rolü.	
	5	Kitle İletişim Araçlarının Kültür İnşasındaki Rolü.	
	6	Popüler Kültür ve Reklam ilişkisi: Popüler Kültürün Ürünü ve Yeniden Üreticisi Olarak Reklam.	
	7	Popüler Kültür ve Reklam ilişkisi: Popüler Kültürün Ürünü ve Yeniden Üreticisi Olarak Reklam	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Reklamın Üretimi ve Tüketimi.	
	10	Reklamlarda Kullanılan Dil.	
	11	Reklam ve Toplumsal Cinsiyet.	
	12	Reklamın Çocuklar Üzerindeki Etkileri	

	13	Yeni Medya ve Popüler Kültür.															
	14	Sosyal Medyanın Popüler Kültür İnşasındaki Rolü.															
	15	Sınav Öncesi Değerlendirme.															
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>															
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>																	
	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>P6</b>	<b>P7</b>	<b>P8</b>	<b>P9</b>	<b>P10</b>	<b>P11</b>	<b>P12</b>	<b>P13</b>	<b>P14</b>	<b>P15</b>	<b>P16</b>	<b>P17</b>
<b>ÖÇ1</b>																	
<b>ÖÇ2</b>																	
<b>ÖÇ3</b>																	
<b>ÖÇ4</b>																	
<b>ÖÇ5</b>																	
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>		Prof. Dr. XXXXXX															
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>		XXXX@marmara.edu.tr															
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>		Doç. Dr. XXXX															
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>		XXXX@marmara.edu.tr															



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4043 Advertising and Popular Culture			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	7			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Türkçe			
<b>Objectives of Course</b>	To gain a critical awareness of communication and advertising in academic and professional contexts.			
<b>Course Content</b>	Information about the interaction between advertising and culture is provided.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Lecture Notes and Articles			
<b>Mode of Delivery</b>	Lecture and Discussion			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	30%	Field	% 70
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		

<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. They create awareness of what popular culture is.</li> <li>2. They can interpret advertising texts as both a product of popular culture and a reproducer of this culture.</li> <li>3. They can read and evaluate advertising texts.</li> </ol>
---------------------------------	---

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Concepts Related to Culture: Mass Culture, High Culture, Subculture and Popular Culture.	
	2	Concepts Related to Culture: Mass Culture, High Culture, Subculture and Popular Culture.	
	3	Industrial Revolution and Culture Industry.	
	4	The Role of Mass Media in Culture Building.	
	5	The Role of Mass Media in Culture Building.	
	6		
	7	The relationship between Popular Culture and Advertising: Advertising as a Product and Reproducer of Popular Culture.	
	8	<b>Mid-Term Exam</b>	
	9	Production and Consumption of Advertisements.	
	10	Language Used in Advertisements.	
	11	Advertising and Gender.	
	12	Effects of Advertisements on Children	
	13	New Media and Popular Culture.	
	14	The Role of Social Media in the Construction of Popular Culture.	
	15	Pre-Exam Evaluation.	
16	<b>Final Exam</b>		

<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>																	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	3	3	3	3											
ÖÇ2																	
ÖÇ3																	
ÖÇ4																	
ÖÇ5									4								
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Doç. Dr. XXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXXX@marmara.edu.tr



### Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU	
<b>Dersin Kodu ve Adı</b>	HIT 4045- Reklam ve Tüketici Psikolojisi
<b>Dersin Kredisi (AKTS)</b>	3
<b>Dersin Yarıyılı</b>	7
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli
<b>Dersin Öğretim Dili</b>	Türkçe
<b>Dersin Amacı</b>	Tüketici davranışlarının psikolojik temellerini ve reklam stratejilerinin bu davranışları nasıl etkilediğini anlama yetisi kazandırmayı amaçlar.
<b>Dersin İçeriği</b>	Reklam ve Tüketici Psikolojisi dersi, psikoloji ve tüketici davranışları literatürünü kapsayan bir ders niteliğindedir.
<b>Dersin Ön Koşulları</b>	Bulunmamakta
<b>Kaynaklar</b>	Psikoloji: Kavramlar ve İlkeler" - Richard Gross, Psikolojiye Giriş: İnsan ve Davranışı" - Robert Feldman, Psikolojinin Temelleri" - Eysenck, Michael W., Psikolojiye Giriş" - Nicky Hayes, Normal Dışı Tüketici Davranışları, Merve Çerçi
<b>Dersin Öğretim Şekli</b>	Yüzyüze

<b>Dersin Kategorisi</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tüketici Davranışlarının Psikolojik Temellerini Anlama</li> <li>2. Reklam Stratejilerini Analiz Etme ve Geliştirme</li> <li>3. Tüketici Karar Verme Süreçlerini İnceleme</li> <li>4. Marka Algısı ve Sadakati Yönetme</li> <li>5. Sosyal ve Kültürel Etkileri Değerlendirme yetilerini kazanır.</li> </ol>			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Giriş ve Temel Kavramlar	2
	2	Tüketici Motivasyonları	2
	3	Algı ve Dikkat	2
	4	Tutumlar ve İnançlar	2
	5	Tüketici Karar Verme Süreçleri	2
	6	Sosyal Etkiler ve Gruplar	2
	7	Kültürel ve Alt Kültürel Etkiler	2
	8	<b>ARA SINAV</b>	2
	9	Marka Algısı ve Sadakati	2
	10	Reklam Stratejileri ve Mesaj Tasarımı	2
11	Dijital Reklam ve Tüketici Etkileşimi	2	



	12	Etik ve Sosyal Sorumluluk	2
	13	Araştırma ve Analiz Becerileri 1	2
	14	Araştırma ve Analiz Becerileri 2	2
	15	Ders Çalışma Haftası	2
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	3

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	3	3	3	3											
ÖÇ2																	
ÖÇ3																	
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doç. Dr.Merve Çerçi
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	merve.cerci@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr.Merve Çerçi
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	merve.cerci@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT 4045- Advertising and Consumer Psychology			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	7			
<b>Type of Course Unit</b>	Selective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	It aims to provide students with the ability to understand the psychological foundations of consumer behavior and how advertising strategies affect these behaviors.			
<b>Course Content</b>	Advertising and Consumer Psychology course is a course covering psychology and consumer behavior literature.			
<b>Prerequisites</b>	None			
<b>Resources</b>	Psikoloji: Kavramlar ve İlkeler" - Richard Gross, Psikolojiye Giriş: İnsan ve Davranışı" - Robert Feldman, Psikolojinin Temelleri" - Eysenck, Michael W., Psikolojiye Giriş" - Nicky Hayes, Normal Dışı Tüketici Davranışları, Merve Çerçi			
<b>Mode of Delivery</b>				
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	100%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Understanding the Psychological Foundations of Consumer Behavior</li> <li>2. Analyze and Improve Advertising Strategies</li> <li>3. Examining Consumer Decision Making Processes</li> <li>4. Managing Brand Perception and Loyalty</li> <li>5. Gains the ability to evaluate social and cultural impacts.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction and Basic Concepts	
	2	Consumer Motivations	
	3	Perception and Attention	
	4	Attitudes and Beliefs	
	5	Consumer Decision Making Processes	
	6	Social Influences and Groups	
	7	Cultural and Subcultural Influences	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Brand Perception and Loyalty	
	10	Advertising Strategies and Message Design	
	11	Digital Advertising and Consumer Engagement	
	12	Ethics and Social Responsibility	
	13	Research and Analysis Skills 1	
	14	Research and Analysis Skills 2	
	15	Study Week	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	3	3	3	3											
ÖÇ2																	
ÖÇ3																	
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	
<p><b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b>  <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b></p>																	
<b>Course Coordination</b>		Assoc. Prof. Dr. Merve ÇERÇİ															
<b>Contact (e-mail)</b>		merve.cerci@marmara.edu.tr															
<b>Lecturer of the Course</b>		Assoc. Prof. Dr. Merve ÇERÇİ															
<b>Contact (e-mail)</b>		merve.cerci@marmara.edu.tr															



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT 4047- Spor Pazarlaması ve Sponsorluk İletişimi			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	7			
Dersin Türü	Teorik			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Spor yönetimi alanına pazarlama planlarının uygulanması konusunda öğrencileri bilgilendirmek, pazarlama, sponsorluk ve promosyon konularında öğrenilen bilgilerin pazar araştırması uygulaması yapılarak bir proje ile hayata geçirilmesi			
Dersin İçeriği	Spor ürünleri ve hizmetlerinin pazarlanarak doğrudan spor tüketicilerine ulaştırılmasıdır. Endüstriyel ürünlerin ve diğer tüketim ürünlerinin pazarlanmasında sporun tanıtım aracı olarak kullanılmasıdır			
Dersin Ön Koşulları	Dersin ön koşulu bulunmamaktadır			
Kaynaklar	Shank, Matthew D., (2005) Sport Marketing: A Strategic Perspective 3rd Edition, Prentice Hall			
Dersin Öğretim Şekli	Anlatım yöntemi, Tartışma yöntemi, soru cevap yöntemi			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	

	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
		<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:.			
	1. Spor pazarlamasının oluşum ve gelişim süreçlerini, problemlerini ve hizmet sektöründeki rolü ve önemini öğrenme.			
	2. Spor pazarlaması ve spor endüstrisi ilişkisini açıklayabilir.			
	3. Tüketici davranışlarını ve beklentilerini bilir.			
	4. Satış yönetimi ve uygulamalarını bilir.			
	5. Sporda sponsorluk kavramını açıklayabilir.			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Spor pazarlaması ve spor endüstrisi	
	2	Stratejik spor pazarlaması ve yönetimi	
	3	Pazar araştırması ve bilgi sistemi	
	4	Tüketici Davranışı	
	5	Pazar bölümlenme ve hedef Pazar	

6	Pazarlama karması; Ürün	
7	Pazarlama karması; Ürün	
8	<b>Ara Sınav</b>	
9	Pazarlama karması; Promosyon	
10	Satış Yönetimi ve Uygulamaları	
11	Pazarlama karması; Halkla İlişkiler	
12	Pazarlama karması elemanlarının eşgüdümü ve denetlenmesi 1	
13	Pazarlama karması elemanlarının eşgüdümü ve denetlenmesi 2	
14	Sponsorluk 1	
15	Sponsorluk 2	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	4	3	4													
ÖÇ2	4	4	4	4													
ÖÇ3	5	4	4	4													
ÖÇ4	4	4	4	4													
ÖÇ5	4	4	5	4													

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. XXXXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Tuba Kalçık Üstündağ
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	Tuba.kalcik@marmara.edu.tr



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT 4047- Sports Marketing and Sponsorship			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	7			
<b>Type of Course Unit</b>	Selective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	To inform the students about the application of marketing plans in the field of sport management, to apply the knowledge learned in the marketing, sponsorship and promotion subjects to market research and to pass on a case with a project			
<b>Course Content</b>	Sports products and services are marketed and delivered directly to sports consumers. The use of sports as a means of promoting industrial products and other consumer products.			
<b>Prerequisites</b>	There are no prerequisites for this course.			
<b>Resources</b>	Shank, Matthew D., (2005) Sport Marketing: A Strategic Perspective 3rd Edition, Prentice Hall			
<b>Mode of Delivery</b>	Discussion Method, Question - Answer Technique, Cooperative Learning			
<b>Course Category</b>	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%100
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	



<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explain the relationship between sports marketing and sports industry.</li> <li>2. Knows consumer behavior and expectations.</li> <li>3. Knows sales management and applications.</li> <li>4. Explain the concept of sponsorship in sports.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Hafta No</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>
	1	Sports marketing and sports industry	
	2	Strategic sports marketing and management	
	3	Market research and information system	
	4	Consumer behavior	
	5	Market segmentation and target market	
	6	Marketing mix; Product	

7	Marketing mix; Product	
8	<b>Mid-term Exam</b>	
9	Marketing mix; Promotion	
10	Sales Management and Applications	
11	Marketing mix; Public relations	
12	Coordination and supervision of marketing mix staff 1	
13	Coordination and supervision of marketing mix staff 2	
14	Sponsorship 1	
15	Sponsorship 2	
16	<b>Final Exam</b>	

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	4	4	3	4													
ÖÇ2	4	4	4	4													
ÖÇ3	5	4	4	4													
ÖÇ4	4	4	4	4													
ÖÇ5	4	4	5	4													

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	cozgen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Doç. Dr. Tuba Kalçık Üstündağ
<b>Contact (e-mail)</b>	Tuba.kalcik@marmara.edu.tr



Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4012 Media Planning in PR and Advertising (Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Medya Planlama)			
Dersin Kredisi (AKTS)	9			
Dersin Yarıyılı	8			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı izler kitlenin özelliklerini analiz edip, sürekli gelişen medya ortamını değerlendirerek medya planlamasının aşamalarını incelemektir. Öğrenciler bütçe kısıtlamalarını ve yeni trendleri göz önünde bulundururken kampanya hedefleriyle uyumlu hedefli medya planları oluşturmayı öğreneceklerdir.			
Dersin İçeriği	Medya ekosistemi, medya planlamasının aşamaları, geleceğin medya planlamasının trendleri, medya ölçümleme ve değerlendirme.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Katz, H. (2022). The media handbook: A complete guide to advertising media selection, planning, research, and buying. Routledge. Young, A. (2014). Brand media strategy: Integrated communications planning in the digital era. New York: Palgrave Macmillan.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%20	Alan Bilgisi	%80
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>		<b>Katkı %</b>
	Ara Sınav	1		50%
	Kısa Sınav			
	Ödev	1		20%
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1		30%
<b>Toplam</b>			<b>100%</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42

	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	9	126
	Ödevler	1	15	15
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	15	15
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	15	15
	<b>Toplam İş Yükü (saat): 243</b>		243/25 = 9	

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Medya ekosistemindeki kanal ve platformları tanımlar.</li> <li>2. Medya planlamanın aşamalarını uygular.</li> <li>3. Geleceğin medya trendlerini takip eder.</li> <li>4. Hedef kitleyi analiz eder.</li> </ol>																	
<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	<b>Hafta No</b>	<b>Konular</b>															<b>Ön Hazırlık</b>	
	1	Medya Ekosistemi: Kanallar ve Platformlar																
	2	Medyanın İş Dünyasındaki Rolü: Medya Planlaması																
	3	Pazarlama Bağlamında Medya																
	4	Büyük Veri ve Medya Planlama																
	5	Ücretli Medya: Televizyon, Radyo, Gazete, Dergiler																
	6	Ücretli Medya: Açık hava ve Dijital Ekran																
	7	Sahip Olunan Medya																
	8	<b>ARA SINAV</b>																
	9	Kazanılmış Medya																
	10	Hedef Kitleyi Anlama																
	11	Medya Performansının Değerlendirilmesi																
	12	Medya Planlamasında Etik																
	13	Medya Planlamasının Geleceği																
	14	Medya Planlamasında Vaka Çalışmaları																
	15	Proje Çalışması ve Sunumu																
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>																	
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>																		
	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>P6</b>	<b>P7</b>	<b>P8</b>	<b>P9</b>	<b>P10</b>	<b>P11</b>	<b>P12</b>	<b>P13</b>	<b>P14</b>	<b>P15</b>	<b>P16</b>	<b>P17</b>	
<b>ÖÇ1</b>	1	2	2	2	5	2	2	2	2	4	4	1	1	2	2	3	3	

<b>ÖÇ2</b>	1	5	2	5	5	5	2	3	4	3	4	2	2	2	2	3	3
<b>ÖÇ3</b>	1	4	2	5	5	5	2	3	4	3	5	1	2	2	2	3	3
<b>ÖÇ4</b>	1	5	2	5	5	5	2	3	4	3	5	5	2	2	2	3	3
<b>ÖÇ5</b>																	
		<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı															
<b>Dersin Koordinatörü</b>		Prof. Dr. Ebru ÖZGEN															
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>		eozgen@marmara.edu.tr															
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanı</b>		Doç. Dr. Bilge ŞENYÜZ															
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>		bilge.senyuz@marmara.edu.tr															



Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	HIT4012 Media Planning in PR and Advertising			
Credit (ECTS)	9			
Semester	8			
Type of Course Unit	Compulsory			
Language of Instruction	English			
Objectives of Course	The aim of this course is to examine the stages of media planning by analyzing the characteristics of the audience and evaluating the ever-evolving media landscape. Students will learn to create targeted media plans that align with campaign objectives while considering budget constraints and emerging trends.			
Course Content	Media ecosystem, stages of media planning, future trends in media planning, media measurement and evaluation.			
Prerequisites	-			
Resources	Katz, H. (2022). The media handbook: A complete guide to advertising media selection, planning, research, and buying. Routledge. Young, A. (2014). Brand media strategy: Integrated communications planning in the digital era. New York: Palgrave Macmillan.			
Mode of Delivery	Face to face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	20%	Field	80%
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		30 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	9	126
	Assignments	1	15	15
	Presentation			
	Mid-terms	1	15	15
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	15	15
	<b>Total Work Load:213</b>		<b>142/25:6</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Define channels and platforms in the media ecosystem.</li> <li>2. Apply the stages of media planning.</li> <li>3. Follow future media trends.</li> <li>4. Analyze the target audience.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Media Ecosystem: Channels and Platforms	
	2	The Role of Media in Business: Media Planning	
	3	Media in Marketing Context	
	4	Big Data and Media Planning	
	5	Paid Media: Television, Radio, Newspapers, Magazines	
	6	Paid Media: Outdoor and Digital Display	
	7	Owned Media	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Earned Media	
	10	Understanding the Target Audience	
	11	Evaluating Media Performance	
	12	Ethics in Media Planning	
	13	Case Studies in Media Planning I	
	14	Future of Media Planning	
	15	Project Study and Presentation	
16	<b>Final Exam</b>		

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	1	2	2	2	5	2	2	2	2	4	4	1	1	2	2	3	3
<b>ÖÇ2</b>	1	5	2	5	5	5	2	3	4	3	4	2	2	2	2	3	3
<b>ÖÇ3</b>	1	4	2	5	5	5	2	3	4	3	5	1	2	2	2	3	3
<b>ÖÇ4</b>	1	5	2	5	5	5	2	3	4	3	5	5	2	2	2	3	3

ÖÇ5																			
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																			
<b>Course Coordination</b>										Prof. Dr. Ebru ÖZGEN									
<b>Contact (e-mail)</b>										eozgen@marmara.edu.tr									
<b>Lecturer of the Course</b>										Assoc. Prof. Dr. Bilge ŞENYÜZ									
<b>Contact (e-mail)</b>										bilge.senyuz@marmara.edu.tr									





İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4014 Mezuniyet Projesi			
Dersin Kredisi (AKTS)	9			
Dersin Yarıyılı	8			
Dersin Türü	Zorunlu			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilere tercihe bağlı olarak halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili bilimsel projeler geliştirmelerini ve yürütmelerini ya da halkla ilişkiler ve reklam kampanyaları oluşturma ve uygulama konusunda pratik deneyim kazandırmayı amaçlamaktadır.			
Dersin İçeriği	Bu ders, halkla ilişkiler ve reklamcılıkla ilgili konularda bilimsel projelerin hazırlanmasını içerir. Ayrıca halkla ilişkiler stratejileri ve reklam tekniklerinin pratik uygulamalarını da kapsamaktadır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Publication Manual of the American Psychological Association (7th Edition) by American Psychological Association, Public Relations and Corporate Communications part.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%10	Alan Bilgisi	%90
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje	1	50 %	
	Yarıyıl Sonu Sınavı			
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	8	112
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	5	5
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje	1	55	55
	Yarıyıl Sonu Sınavı			
<b>Toplam İş Yüğü (saat):219</b>		<b>Toplam Saat/25 = 9</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında bilimsel bir projeyi baştan sona planlar, yürütür ve sonuçlandırır.</li> <li>Halkla ilişkiler ve reklamcılık uygulamalarını gerçek dünya senaryolarında başarıyla uygulayabilir.</li> <li>Projelerini profesyonel bir düzeyde sunar ve savunur.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Proje Önerisine Giriş: Proje Türleri	
	2	Proje Etiği	
	3	Proje Planlama ve Zaman Yönetimi	
	4	Proje Önerisi Hazırlama	
	5	Proje önerisi sunumu: Mecra- Tür- İsim- Periyod belirleme	
	6	Proje Gelişme Raporu I	
	7	Yaratıcı Süreç ve İnovasyon	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Proje Gelişme Raporu II	
	10	Etkili İletişim ve Sunum Teknikleri	
	11	Proje Gelişme Raporu III	
	12	Proje inceleme ve değerlendirme	
	13	Proje inceleme ve değerlendirme	
	14	Proje inceleme ve değerlendirme	
	15	Proje Sunumu ve savunması	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1			5	5				4	4		3				4	4	
ÖÇ2		5		5				4	4		3				4	4	
ÖÇ3		5		5				4	4		3				4	4	
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>								Prof. Dr. Ebru Özgen									
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>								eozen@marmara.edu.tr									
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>								XXXX									
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>								XXXX@marmara.edu.tr									



**Ders Tanımlama Formu (İngilizce)**

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4014 Graduation Project ( HIT4014 Mezuniyet Projesi)			
<b>Credit (ECTS)</b>	9			
<b>Semester</b>	8			
<b>Type of Course Unit</b>	Compulsory			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of this course is to enable students to develop and carry out scientific projects related to the field of public relations and advertising, or to gain practical experience in creating and implementing public relations and advertising campaigns.			
<b>Course Content</b>	This course includes the preparation of scientific projects on topics related to public relations and advertising. It also covers practical applications of public relations strategies and advertising techniques.			
<b>Prerequisites</b>	-			
<b>Resources</b>	Publication Manual of the American Psychological Association (7th Edition) by American Psychological Association, Public Relations and Corporate Communications part.			
<b>Mode of Delivery</b>	Face to face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 10	Field	% 90
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		50 %
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project	1		50 %
	Final Examination			
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	



ÖÇ5																			
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																			
<b>Course Coordination</b>										Prof. Dr. Ebru ÖZGEN									
<b>Contact (e-mail)</b>										eozgen@marmara.edu.tr									
<b>Lecturer of the Course</b>										XXXXX									
<b>Contact (e-mail)</b>										XXXXX@marmara.edu.tr									



Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4030 Data Visualizing			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	8			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Dijitalleşme her geçen gün veri artışına neden olmakta, bu veri setlerini geleneksel yöntemlerle derlemek, özetlemek ve açıklamak ise giderek zorlaşmaktadır. Bu kapsamda, bu dersin amacı veri görselleştirme konusunda uzmanlaşma sağlayarak, yeni dijital anlatılar olarak tanımlanan veri görselleştirme içeriklerinin artmasına katkıda bulunmaktadır. Ders kapsamında ayrıca veri görsellerinin çeşitli kuramsal ve etik yaklaşımlar çerçevesinde eleştirel biçimde analiz edilmesi de amaçlanmaktadır.			
Dersin İçeriği	Veri görselleştirmenin tanımı ve tarihçesi, veri türleri, etkili nicel ve nitel veri görselleştirme teknikleri ve araçları, veri etiği, evrensel tasarım ilkeleri			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır.			
Kaynaklar	DAĞ, Pınar (2019). Gazeteciliğin Geleceği: Veri Gazeteciliği, Erişim Tarihi: 27.08.2019, <a href="https://veribulteni.voyd.org.tr/gazeteciligin-gelecegi-veri-gazeteciligi/">https://veribulteni.voyd.org.tr/gazeteciligin-gelecegi-veri-gazeteciligi/</a> NARİN, Bilge (2019). "Veri görselleştirme ile manipülasyon: Görseller her zaman masum değil", Newslab Turkey, <a href="https://www.newslabturkey.org/veri-gorsellestirme-ile-manipulasyon-gorseller-her-zaman-masum-degil/">https://www.newslabturkey.org/veri-gorsellestirme-ile-manipulasyon-gorseller-her-zaman-masum-degil/</a> (5 Eylül 2019) NARİN, Bilge; AYAZ, Bahar; FIRAT, Feyyaz ve FIRAT, Demet (2017). "Büyük Veri ve Gazetecilik İlişkisi Bağlamında Veri Gazeteciliği", AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 2017-Special Issue/Özel Sayı –Cilt/Vol: 8- Sayı/Num: 30, ss.215-235. NARİN, Bilge (2018). "Evrensel Tasarım İlkelerinin Mayınlı Alanı: Dijital Haritalar ve Gazetecilik", Erciyes İletişim Dergisi, Temmuz 2018, Cilt: 5, Sayı: 4, ss.163-177 NARİN, Bilge (2017). "Büyük Veri ve Yoğun Veri Kucaklaşıyor", <a href="https://journo.com.tr/buyuk-veri-yogun-veri-kucaklasiyor">https://journo.com.tr/buyuk-veri-yogun-veri-kucaklasiyor</a> (07 Ağustos 2017)			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Veri tiplerini ve veri görselleştirme kavramlarını tarihsel bağlamda tanımlar.</li> <li>2. Nicel ve nitel veri görselleştirme araçlarını kullanarak veri görselleri oluşturur.</li> <li>3. Veri etiği ve evrensel tasarım ilkelerini açıklar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Veri Tipleri: Büyük Veri (Big Data), Yoğun/Kalın Veri (Thick Data), Açık Veri (Open Data)	
	2	Veri Görselleştirme: Tanım ve Tarihçe	
	3	Dünyadan ve Türkiye’den Etkili Veri Görselleştirme Örnekleri	
	4	Veri Etiği: Veri Görselleştirme ile Manipülasyon	
	5	Evrensel Tasarım İlkeleri	
	6	Veri Bulma, Temizleme ve Veri ile Hikaye Oluşturma	
	7	Veri Görselleştirme Araçları – Tableau ve Fast Graphs	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Veri Görselleştirme Araçları – Infogram ve AnyChart	
	10	Veri Görselleştirme Araçları – RAW Graphs	
	11	Veri Görselleştirme Araçları - Flourish	
	12	Veri Görselleştirme Araçları – Sözcük Bulutları (wordcloud.com, D3.js)	
	13	Nitel Veri Görselleştirme: MindMup ile Zihin Haritalama	
	14	Konum Verisi: Dijital Kartografi ve Harita: Free SVG Maps	
	15	Proje sunumları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			



	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1		3		2		2				1	3						3
ÖÇ2		4		2		3				2	3						2
ÖÇ3		1		2		3				1	3						5
ÖÇ4																	
ÖÇ5																	
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									<a href="mailto:eozen@marmara.edu.tr">eozen@marmara.edu.tr</a>								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>									Doç. Dr. Bilge ŞENYÜZ								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									<a href="mailto:bilge.senyuz@marmara.edu.tr">bilge.senyuz@marmara.edu.tr</a>								



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4030 Data Visualizing			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	8			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	Digitalization causes an increase in data every day, and it is becoming increasingly difficult to compile, summarize and explain these data sets with traditional methods. In this context, the aim of this course is to contribute to the increase in data visualization content defined as new digital narratives by providing expertise in data visualization. The course also aims to critically analyze data visualizations within the framework of various theoretical and ethical approaches.			
<b>Course Content</b>	Definition and history of data visualization, data types, effective quantitative and qualitative data visualization techniques and tools, data ethics, universal design principles			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	<p>DAĞ, Pınar (2019). Gazeteciliğin Geleceği: Veri Gazeteciliği, Erişim Tarihi: 27.08.2019, <a href="https://veribulteni.voyd.org.tr/gazeteciligin-gelecegi-veri-gazeteciligi/">https://veribulteni.voyd.org.tr/gazeteciligin-gelecegi-veri-gazeteciligi/</a></p> <p>NARİN, Bilge (2019). "Veri görselleştirme ile manipülasyon: Görseller her zaman masum değil", Newslab Turkey, <a href="https://www.newslabturkey.org/veri-gorsellestirme-ile-manipulasyon-gorseller-her-zaman-masum-degil/">https://www.newslabturkey.org/veri-gorsellestirme-ile-manipulasyon-gorseller-her-zaman-masum-degil/</a> (5 Eylül 2019)</p> <p>NARİN, Bilge; AYZAZ, Bahar; FIRAT, Feyyaz ve FIRAT, Demet (2017). "Büyük Veri ve Gazetecilik İlişkisi Bağlamında Veri Gazeteciliği", AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 2017-Special Issue/Özel Sayı –Cilt/Vol: 8- Sayı/Num: 30, ss.215-235.</p> <p>NARİN, Bilge (2018). "Evrensel Tasarım İlkelerinin Mayınlı Alanı: Dijital Haritalar ve Gazetecilik", Erciyes İletişim Dergisi, Temmuz 2018, Cilt: 5, Sayı: 4, ss.163-177</p> <p>NARİN, Bilge (2017). "Büyük Veri ve Yoğun Veri Kucaklaşıyor", <a href="https://journo.com.tr/buyuk-veri-yogun-veri-kucaklasiyor">https://journo.com.tr/buyuk-veri-yogun-veri-kucaklasiyor</a> (07 Ağustos 2017)</p>			
<b>Mode of Delivery</b>				
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	30 %	
	Quizzes			
	Assignment	1	20 %	
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>		

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Defines data types and data visualization concepts in historical context.</li> <li>2- Creates data visuals using quantitative and qualitative data visualization tools.</li> <li>3- Explains data ethics and universal design principles.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Data Types: Big Data, Thick Data, Open Data	
	2	Data Visualization: Definition and History	
	3	Effective Data Visualization Examples from Turkey and the World	
	4	Ethics of Data: Manipulation with Data Visualization	
	5	Principles of Universal Design	
	6	Finding, Cleaning and Storytelling with Data	
	7	Data Visualization Tools - Tableau and Fast Graphs	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Data Visualization Tools - Infogram and AnyChart	
	10	Data Visualization Tools - RAW Graphs	
	11	Data Visualization Tools - Flourish	
	12	Data Visualization Tools - Word Clouds (wordcloud.com, D3.js)	
	13	Qualitative Data Visualization: Mind Mapping with MindMup	
	14	Location Data: Digital Cartography and Mapping: Free SVG Maps	
	15	Project presentations	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>		3		2		2				1	3						3
<b>ÖÇ2</b>		4		2		3				2	3						2
<b>ÖÇ3</b>		1		2		3				1	3						5

ÖÇ4																		
ÖÇ5																		
<p><b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b>  <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b></p>																		
<b>Course Coordination</b>		Prof. Dr. Ebru ÖZGEN																
<b>Contact (e-mail)</b>		eozgen@marmara.edu.tr																
<b>Lecturer of the Course</b>		Assoc. Prof. Dr. Bilge ŞENYÜZ																
<b>Contact (e-mail)</b>		bilge.senyuz@marmara.edu.tr																





Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HİT4032 Halkla İlişkilerde İleri Çalışmalar			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	8			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Halkla İlişkilerde İleri Çalışmalar dersinin amacı, öğrencilere halkla ilişkiler alanında derinlemesine bilgi ve beceriler kazandırmaktır. Bu ders kapsamında öğrenciler, halkla ilişkilerde kullanılan ileri düzey teorileri ve bu teorilerin gerçek dünyadaki uygulamalarını, etkili halkla ilişkiler kampanyaları oluşturma ve uygulama konusundaki stratejik planlamayı, kriz durumlarında halkla ilişkilerin rolünü ve kriz iletişimi stratejilerini, geleneksel ve dijital medya kanallarıyla etkin iletişim kurma yöntemlerini, halkla ilişkiler alanında kullanılan ileri düzey araştırma ve analiz tekniklerini, ve halkla ilişkiler uygulamalarında etik ve yasal konuların önemini öğrenirler.			
Dersin İçeriği				
Dersin Ön Koşulları				
Kaynaklar	Johnston, J., & Sheehan, M. (2020). "Public Relations: Theory and Practice" (5th ed.). Tench, R., & Yeomans, L. (2009). "Exploring Public Relations" (2nd ed.). Gregory, A. (2010). "Planning and Managing Public Relations Campaigns" (3rd ed.).			
Dersin Öğretim Şekli				
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
Dersin Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Öğrenciler, halkla ilişkiler alanında kullanılan temel ve ileri düzey teorileri anlayarak, bu teorileri çeşitli halkla ilişkiler stratejileri ve kampanyalarına uygulayabilirler.</li> <li>Öğrenciler, stratejik iletişim planlama süreçlerini kavrayarak, etkili halkla ilişkiler kampanyaları oluşturma ve yürütme becerisine sahip olurlar.</li> <li>Öğrenciler, kriz iletişimi teorilerini ve stratejilerini öğrenerek, kriz durumlarında etkin iletişim yöntemleri geliştirebilir ve uygulayabilirler.</li> <li>Öğrenciler, halkla ilişkiler alanında kullanılan nitel ve nicel araştırma yöntemlerini öğrenerek, veri toplama ve analiz süreçlerini etkin bir şekilde yürütebilirler.</li> <li>Öğrenciler, halkla ilişkiler uygulamalarında etik ilkeleri ve yasal gereklilikleri kavrarlar; ayrıca, kültürel farkındalık ve küresel halkla ilişkiler stratejileri konusunda bilgi sahibi olurlar.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Giriş ve Dersin Tanıtımı	
	2	Halkla İlişkiler Teorileri	
	3	İletişim Teorileri ve Halkla İlişkiler	
	4	Stratejik İletişim Planlaması ve Modelleri	
	5	Medya Kuramları	
	6	Dijital ve Sosyal Medya Teorileri	
	7	<b>Ara Sınav</b>	
	8	Kriz İletişimi Teorileri	
	9	Kurumsal İtibar Yönetimi ve Teorik Yaklaşımlar	
	10	Araştırma ve Analiz Yöntemleri	
11	Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Teorileri		

	12	Kültürel Farkındalık ve Küresel Halkla İlişkiler Teorileri	
	13	Halkla İlişkilerde Yeni Trendler ve Teknolojiler	
	14	Final Projelerinin Sunumu	
	15	Final Proje Geri Bildirimleri ve Değerlendime	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	5																
ÖÇ2		5															
ÖÇ3			5														
ÖÇ4				4													
ÖÇ5					5												

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. XXXX
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	XXXX@marmara.edu.tr





## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4032 Advanced Studies in Public Relations			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	8			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective Course			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The purpose of the Advanced Studies in Public Relations course is to provide students with in-depth knowledge and skills in the field of public relations. In this course, students will learn about advanced theories used in public relations and their real-world applications, strategic planning for creating and implementing effective public relations campaigns, the role of public relations in crises and crisis communication strategies, effective communication methods through traditional and digital media channels, advanced research and analysis techniques used in the field of public relations, and the importance of ethical and legal issues in public relations practices.			
<b>Course Content</b>				
<b>Prerequisites</b>				
<b>Resources</b>	Johnston, J., & Sheehan, M. (2020). "Public Relations: Theory and Practice" (5th ed.). Tench, R., & Yeomans, L. (2009). "Exploring Public Relations" (2nd ed.). Gregory, A. (2010). "Planning and Managing Public Relations Campaigns" (3rd ed.).			
<b>Mode of Delivery</b>				
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
	<b>Total</b>			<b>100 %</b>

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Understand basic and advanced theories used in public relations, applying these theories to various public relations strategies and campaigns.</li> <li>2. Grasp the process of strategic communication planning, enabling them to create and execute effective public relations campaigns.</li> <li>3. Learn crisis communication theories and strategies, allowing them to develop and implement effective communication methods during crisis situations.</li> <li>4. Acquire knowledge of qualitative and quantitative research methods used in public relations, effectively conducting data collection and analysis processes.</li> <li>5. Comprehend ethical principles and legal requirements in public relations practices, as well as gain awareness of cultural differences and global public relations strategies.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction and Course Overview	
	2	Public Relations Theories	
	3	Communication Theories and Public Relations	
	4	Strategic Communication Planning and Models	
	5	Media Theories	
	6	Digital and Social Media Theories	
	7	<b>Mid-term Exam</b>	
	8	Crisis Communication Theories	
	9	Corporate Reputation Management and Theoretical Approaches	
	10	Research and Analysis Methods	
	11	Corporate Social Responsibility (CSR) Theories	
	12	Cultural Awareness and Global Public Relations Theories	
13	Emerging Trends and Technologies in Public Relations		

	14	Final Project Presentation	
	15	Final Project Feedback and Evaluation	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	5																
ÖÇ2		5															
ÖÇ3			5														
ÖÇ4				4													
ÖÇ5					5												

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Prof. Dr. XXXXX
<b>Contact (e-mail)</b>	XXXXX@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4034 – Sağlık İletişimi			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	8			
Dersin Türü	Bölüm Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	İngilizce			
Dersin Amacı	Sağlık İletişimi dersinin amacı, öğrencilere sağlık iletişiminin temel ilkelerini, teorilerini ve uygulamalarını öğretmektir. Bu dersin genel amacı, sağlık sektöründe etkili iletişim stratejileri geliştirme, uygulama ve değerlendirme yetkinlikleri kazandırarak, öğrencilere sağlık iletişimi alanında kapsamlı bir bilgi ve beceri seti sunmaktır			
Dersin İçeriği	Sağlık İletişimi dersinin içeriği, sağlık iletişiminin tanımı ve öneminin yanı sıra tarihçesi ve gelişimi ile başlar. Sağlık iletişim modelleri ve teorileri ele alınarak, bu teorilerin sağlık kampanyalarına uygulanması incelenir. Etik ve gizlilik konularına odaklanılarak, hasta gizliliği ve mahremiyetin önemi vurgulanır. Sağlık okuryazarlığı ve bu okuryazarlığın sağlık sonuçlarına etkisi üzerinde durulur. Hasta-hekim iletişimi, etkili iletişim teknikleri ve sık karşılaşılan sorunların çözüm yolları ile işlenir. Toplum sağlığı ve kitle iletişiminin rolü, kitle iletişim araçları ve başarılı toplum sağlığı kampanyaları örnekleriyle değerlendirilir. Kültürel faktörlerin sağlık iletişimine etkisi ve kültürel uygunluk stratejileri tartışılır. Sosyal medyanın sağlık iletişimindeki rolü, yanlış bilgiyle mücadele ve dijital pazarlama stratejileri ele alınır. Sağlık kriz iletişimi, kriz iletişimi planlama ve yönetimi ile ilgili örnek olaylar üzerinden incelenir. Medya ilişkileri, sağlık haberlerinin sunumu ve medya ile etkili iletişim konuları işlenir. Sağlık kampanyalarının planlanması, sosyal pazarlama ilkeleri ve başarılı kampanya örnekleri üzerinde durulur. Sağlık iletişimi araştırma yöntemleri ve iletişim kampanyalarının değerlendirilmesi tartışılır. Son olarak, geleceğin sağlık iletişimi trendleri ve yeni medya teknolojilerinin sağlık iletişimine etkisi değerlendirilir.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır			
Kaynaklar	Renata SCHIAVO – Health Communication Suruchi Sood & Amy Henderson Riley – Health Communication Fundamentals Richard K. Thomas – Health Communication			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz Yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%20	Alan Bilgisi	%80
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1		50 %	

	Toplam		100 %	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	10	2	20
	Ödevler	1	7	7
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sağlık iletişiminin temel kavramlarını öğrenir.</li> <li>2. Sağlık okuryazarlığını geliştirir.</li> <li>3. Hasta-Hekim iletişiminde yetkinlik kazanır</li> <li>4. Kitle iletişim araçlarını kullanarak toplum sağlığı kampanyaları planlayabilir ve uygulayabilir.</li> <li>5. Sağlık alanındaki krizlere ilişkin kriz iletişim stratejileri uygulama yetkinliği kazanır.</li> </ol>			

	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	1	Sağlık İletişimine Giriş	
	2	Sağlık İletişimi Teorileri ve Modelleri	
	3	Sağlık İletişiminde Etik ve Gizlilik	
	4	Sağlık Okuryazarlığı	
	5	Hasta-Hekim İletişimi	
	6	Toplum Sağlığı ve Kitle İletişimi	
	7	Sağlık İletişiminde Kültürel Faktörler	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Sağlık İletişiminde Sosyal Medya	
	10	Sağlık İletişiminde Teknoloji ve İnovasyon	
	11	Sağlık Sektöründe Kriz İletişimi	
	12	Sağlık İletişiminde Medya İlişkileri	
	13	Sağlık Kampanyaları ve Sosyal Pazarlama	
	14	Sağlık İletişiminde Araştırma ve Değerlendirme	
	15	Sağlık İletişiminin Geleceği	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2	4	5	3	4	5	4	3	4	2	4	1	1	2	2	3	3
ÖÇ2	2	4	5	3	4	5	4	3	2	2	4	1	1	2	2	3	5
ÖÇ3	2	4	5	3	4	5	4	3	3	2	4	1	1	2	2	3	3
ÖÇ4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1	2	3	5	3
ÖÇ5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	2	5	1	1	4	2	3	3

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkanı)
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	



### Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4034 – Health Communication			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	8			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	English			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of the Health Communication course is to teach students the basic principles, theories and practices of health communication. The overall aim of this course is to provide students with a comprehensive set of knowledge and skills in the field of health communication by providing them with the competencies to develop, implement and evaluate effective communication strategies in the health sector.			
<b>Course Content</b>	The content of the Health Communication course begins with the definition and importance of health communication as well as its history and development. Health communication models and theories are discussed and the application of these theories to health campaigns is examined. Focusing on ethics and confidentiality, the importance of patient privacy and confidentiality is emphasized. Health literacy and its impact on health outcomes are emphasized. Patient-physician communication is covered with effective communication techniques and solutions to common problems. The role of public health and mass communication is evaluated with examples of mass media and successful public health campaigns. The impact of cultural factors on health communication and cultural appropriateness strategies are discussed. The role of social media in health communication, combating misinformation and digital marketing strategies are discussed. Health crisis communication is analyzed through case studies on crisis communication planning and management. Media relations, presentation of health news and effective communication with the media are covered. Planning of health campaigns, social marketing principles and examples of successful campaigns are emphasized. Health communication research methods and evaluation of communication campaigns are discussed. Finally, future health communication trends and the impact of new media technologies on health communication are evaluated.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	Renata SCHIAVO – Health Communication Suruchi Sood & Amy Henderson Riley – Health Communication Fundamentals Richard K. Thomas – Health Communication			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 20	Field	% 80
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			

	Practice		
	Project		
	Final Examination	1	50 %
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>
	Course Duration	14	3
	Hours for off the c.r.stud	10	2
	Assignments	1	7
	Presentation		
	Mid-terms	1	3
	Practice		
	Laboratory		
	Project		
	Course Duration	1	3
	<b>Total Work Load:75</b>	<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Learns the basic concepts of health communication.</li> <li>2. Develops health literacy.</li> <li>3. Gains competence in patient-physician communication</li> <li>4. Plan and implement public health campaigns using mass media.</li> <li>5. Gains the competence to apply crisis communication strategies for crises in the field of health.</li> </ol>		

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Health Communication	
	2	Health Communication Theories and Models	
	3	Ethics and Privacy in Health Communication	
	4	Health Literacy	
	5	Patient-Physician Communication	
	6	Public Health and Mass Communication	
	7	Cultural Factors in Health Communication	
	8	<b>MIDTERM EXAM</b>	
	9	Social Media in Health Communication	
	10	Technology and Innovation in Health Communication	
	11	Crisis Communication in Health Sector	
	12	Media Relations in Health Communication	
	13	Health Campaigns and Social Marketing	
	14	Research and Evaluation in Health Communication	
	15	The Future of Health Communication	
16	<b>Final Exam</b>		



**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2	4	5	3	4	5	4	3	4	2	4	1	1	2	2	3	3
ÖÇ2	2	4	5	3	4	5	4	3	2	2	4	1	1	2	2	3	5
ÖÇ3	2	4	5	3	4	5	4	3	3	2	4	1	1	2	2	3	3
ÖÇ4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1	2	3	5	3
ÖÇ5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	2	5	1	1	4	2	3	3

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru ÖZGEN (Head of Department of Public Relations and Publicity)
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	
<b>Contact (e-mail)</b>	



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4036 İletişimde Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	8			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, iletişim yöntemlerini geliştirmede Sanal Gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçeklik (AR) ilkelerini, teknolojilerini ve uygulamalarını keşfetmek, medya, hikaye anlatımı ve insan etkileşimi üzerindeki etkilerini anlamaktır.			
Dersin İçeriği	Bu dersin amacı, iletişim bağlamında Sanal Gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçekliğin (AR) çok yönlü alanını araştırmaktır. Öğrenciler, VR ve AR deneyimlerini destekleyen temel ilkeleri ve teknolojik temelleri inceleyeceklerdir. Vaka çalışmaları ve pratik örneklerin incelenmesi yoluyla ders, bu sürükleyici teknolojilerin gazetecilik, eğlence, eğitim ve ötesi gibi çeşitli sektörlerde geleneksel iletişim biçimlerini nasıl dönüştürdüğünü aydınlatmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, öğrenciler anlatıları şekillendirmede, kullanıcı katılımını artırmada ve kişilerarası etkileşimleri yeniden tanımlamada VR ve AR'nin etik sonuçlarını, toplumsal etkilerini ve gelecekteki potansiyel yönlerini eleştirel bir şekilde analiz edeceklerdir. Dersin sonunda öğrenciler, VR ve AR'nin iletişim ortamını nasıl yeniden şekillendirdiğine dair kapsamlı bir anlayış kazanacak ve onları bu gelişen alanda gezinmek ve katkıda bulunmak için gerekli bilgi ve eleştirel düşünme becerileriyle donatacaklardır.			
Dersin Ön Koşulları	-			
Kaynaklar	Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality: Concepts and applications. Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality</i> . MIT Press. Nee, A. Y. C., & Ong, S. K. (Eds.). (2023). <i>Springer handbook of augmented reality</i> . Springer Nature.			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%
Dersin Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	15	3	45
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	10	5	50
	Ödevler			
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):100</b>		<b>Toplam Saat/25 = 4</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.VR ve AR ilkeleri, teknolojileri ve arayüzleri hakkında sağlam bir anlayış kazanın.</li> <li>2. VR ve AR'nin hikaye anlatımı, eğitim ve pazarlamada iletişimi nasıl etkilediğini analiz edin.</li> <li>3.İletişim bağlamlarında VR ve AR'nin toplumsal, etik ve psikolojik etkilerini değerlendirebileceklerdir.</li> <li>4.İletişim alanlarıyla ilgili VR ve AR'deki mevcut eğilimleri ve gelecekteki yenilikleri keşfetmek.</li> <li>5. Deneyimler üzerine düşünmek ve VR ve AR'nin iletişimdeki rolünü analiz ve pratik uygulama yoluyla anlamak.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	İletişimde VR ve AR'ye Giriş -1	<p>Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality: Concepts and applications.</p> <p>Bolter, J. D., Engberg, M., &amp; MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality</i>. MIT Press.</p>
	2	İletişimde VR ve AR'ye Giriş -2	<p>Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality:</p>

		Concepts and applications.
3	Etik ve Sosyal Etkiler	Craig, A. B. (2013). <i>Understanding augmented reality: Concepts and applications.</i>
4	Psikolojik ve Bilişsel Yönler	Craig, A. B. (2013). <i>Understanding augmented reality: Concepts and applications.</i>
5	Pazarlama ve Reklamcılık Uygulamaları	Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality.</i> MIT Press.
6	Vaka Çalışmaları	Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality.</i> MIT Press.
7	Entertainment and Media	Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality.</i> MIT Press.
8	<b>ARA SINAV</b>	
9	Oyun Endüstrisi ve VR ve AR	Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality.</i> MIT Press.
10	VR ve AR Tasarımı	Nee, A. Y. C., & Ong, S. K. (Eds.). (2023). <i>Springer handbook of augmented reality.</i> Springer Nature.
11	İçerik Oluşturma ve Geliştirme	Nee, A. Y. C., & Ong, S. K. (Eds.). (2023). <i>Springer handbook of augmented reality.</i> Springer Nature.
12	Değerlendirme ve Test	Nee, A. Y. C., & Ong, S. K. (Eds.).

		(2023). <i>Springer handbook of augmented reality</i> . Springer Nature.
13	Gelecek Yönelimler ve Gelişen Teknolojiler	Nee, A. Y. C., & Ong, S. K. (Eds.). (2023). <i>Springer handbook of augmented reality</i> . Springer Nature.
14	Öğrenci Sunumları	
15	Öğrenci Sunumları	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	4	2	3	4	5	2	3	2	5	5	2	4	5	2	2	2
ÖÇ2	3	2	3	3	4	5	2	2	3	4	3	4	3	5	3	3	2
ÖÇ3	4	2	3	3	3	4	3	2	2	4	3	5	4	4	4	3	2
ÖÇ4	3	4	3	3	4	5	3	2	2	5	4	2	4	5	3	3	3
ÖÇ5	4	4	5	4	4	3	3	2	2	5	5	4	5	5	5	4	3

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
 ÖÇ: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	



Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	HIT4036 İletişimde Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik			
Credit (ECTS)	3			
Semester	8			
Type of Course Unit	Selective			
Language of Instruction	Turkish			
Objectives of Course	The aim of this course is to explore the principles, technologies, and applications of Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR) in enhancing communication methods, understanding their impact on media, storytelling, and human interaction.			
Course Content	The objective of this course is to delve into the multifaceted realm of Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR) within the context of communication. Students will examine the fundamental principles and technological foundations that underpin VR and AR experiences. Through exploration of case studies and practical examples, the course aims to illuminate how these immersive technologies are transforming traditional modes of communication across various sectors such as journalism, entertainment, education, and beyond. Furthermore, students will critically analyze the ethical implications, societal impacts, and potential future directions of VR and AR in shaping narratives, enhancing user engagement, and redefining interpersonal interactions. By the end of the course, students will gain a comprehensive understanding of how VR and AR are reshaping the landscape of communication, equipping them with the knowledge and critical thinking skills necessary to navigate and contribute to this evolving field.			
Prerequisites	-			
Resources	Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality: Concepts and applications. Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality</i> . MIT Press. Nee, A. Y. C., & Ong, S. K. (Eds.). (2023). <i>Springer handbook of augmented reality</i> . Springer Nature.			
Mode of Delivery	Face to Face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
Project				

	Final Examination	1	50 %
	<b>Total</b>		<b>100 %</b>
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>
	Course Duration	15	3
	Hours for off the c.r.stud	10	5
	Assignments		
	Presentation		
	Mid-terms	1	2
	Practice		
	Laboratory		
	Project		
	Course Duration	1	3
	<b>Total Work Load:100</b>	<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gain a solid understanding of VR and AR principles, technologies, and interfaces.</li> <li>2. Analyze how VR and AR impact communication in storytelling, education, and marketing.</li> <li>3. Evaluate societal, ethical, and psychological impacts of VR and AR in communication contexts.</li> <li>4. Explore current trends and future innovations in VR and AR relevant to communication fields.</li> <li>5. Reflect on experiences and adapt understanding of VR and AR's role in communication through analysis and practical application.</li> </ol>		

	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	1	Introduction to VR and AR in Communication -1	Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality: Concepts and applications.  Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality</i> . MIT Press.
	2	Introduction to VR and AR in Communication -2	Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality: Concepts and applications.

	3	Ethics and Social Implications	Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality: Concepts and applications.
	4	Psychological and Cognitive Aspects	Craig, A. B. (2013). Understanding augmented reality: Concepts and applications.
	5	Applications in Marketing and Advertising	Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality</i> . MIT Press.
	6	Case Studies	Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality</i> . MIT Press.
	7	Entertainment and Media	Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality</i> . MIT Press.
	8	<b>Midterm Exam</b>	
	9	Game Industry and VR and AR	Bolter, J. D., Engberg, M., & MacIntyre, B. (2021). <i>Reality media: Augmented and virtual reality</i> . MIT Press.
	10	Designing for VR and AR	Nee, A. Y. C., & Ong, S. K. (Eds.). (2023). <i>Springer handbook of augmented reality</i> . Springer Nature.
	11	Content Creation and Development	Nee, A. Y. C., & Ong, S. K. (Eds.). (2023). <i>Springer handbook of augmented reality</i> . Springer Nature.



	12	Evaluation and Testing	Nee, A. Y. C., & Ong, S. K. (Eds.). (2023). <i>Springer handbook of augmented reality</i> . Springer Nature.
	13	Future Directions and Emerging Technologies	Nee, A. Y. C., & Ong, S. K. (Eds.). (2023). <i>Springer handbook of augmented reality</i> . Springer Nature.
	14	Final Project Presentations	
	15	Final Project Presentations	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	3	4	2	3	4	5	2	3	2	5	5	2	4	5	2	2	2
ÖÇ2	3	2	3	3	4	5	2	2	3	4	3	4	3	5	3	3	2
ÖÇ3	4	2	3	3	3	4	3	2	2	4	3	5	4	4	4	3	2
ÖÇ4	3	4	3	3	4	5	3	2	2	5	4	2	4	5	3	3	3
ÖÇ5	4	4	5	4	4	3	3	2	2	5	5	4	5	5	5	4	3

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	
<b>Contact (e-mail)</b>	



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4038 – Moda İletişimi			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	8			
Dersin Türü	Bölüm Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	Moda İletişimi dersinin amacı, öğrencilere moda endüstrisi ve iletişim stratejileri hakkında kapsamlı bir anlayış kazandırmak, bu alanda gerekli bilgi beceri ve yetkinlikleri geliştirmelerine yardımcı olmaktır.			
Dersin İçeriği	Moda İletişimi dersinin içeriği, moda iletişiminin tanımı ve önemi ile başlar. Ardından, moda tarihinin kısa bir özeti ve moda ile kültür arasındaki ilişki incelenir. Moda medyasının rolü ve gelişimi, moda dergileri, bloglar ve sosyal medya platformlarının etkisi üzerinde durulur. Moda fotoğrafçılığı ve reklamcılığının temel prensipleri ve teknikleri ele alınır. Moda halkla ilişkiler stratejileri ve markalaşma süreçleri, başarılı marka örnekleri üzerinden incelenir. Sosyal medyanın moda üzerindeki etkisi ve dijital pazarlama stratejileri, influencer işbirlikleri ve sosyal medya kampanyaları kapsamında değerlendirilir. Moda tasarım süreci, teknoloji ve inovasyonun moda üzerindeki etkisi, sürdürülebilir moda ve çevre dostu tasarımlar gibi konular da dersin önemli başlıkları arasında yer alır. Moda tüketici davranışları ve pazar araştırmaları ile moda e-ticareti ve dijital platformlar üzerinde durularak, moda gazeteciliği, etik ve sürdürülebilirlik konuları ile ders tamamlanır.			
Dersin Ön Koşulları	Bu dersin ön koşulu bulunmamaktadır			
Kaynaklar	Myles Ethan Lascity - <i>Communicating Fashion</i> Olga Mitterfellner - <i>Fashion Marketing and Communication</i>			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz Yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%20	Alan Bilgisi	%80
Dersin Değerlendirme Sistemi	Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı %	
	Ara Sınav	1	50 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	10	2	20
	Ödevler	1	7	7
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	3	3
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Moda iletişiminin temel ilkelerini öğrenir.</li> <li>2. Moda sektöründe medya araçlarının kullanımını öğrenir.</li> <li>3. Moda sektörüne yönelik halkla ilişkiler ve markalaşma stratejilerini öğrenir ve uygular.</li> <li>4. Dijital pazarlama araçlarını ve stratejilerini öğrenir ve uygular.</li> <li>5. Etik ve sürdürülebilirlik konusundan bilinç kazanır.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Moda İletişimine Giriş	
	2	Moda Tarihi ve Kültürü	
	3	Moda Medyası	
	4	Moda Fotoğrafçılığı	
	5	Moda Reklamcılığı	
	6	Moda ve Halkla İlişkiler	
	7	Moda Gazeteciliği	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Sosyal Medya ve Moda	
	10	Moda Tasarımı ve İnovasyon	
	11	Moda ve Tüketici Davranışları	
	12	Moda ve Küreselleşme	
	13	Moda E-Ticaret ve Dijital Pazarlama	
	14	Moda Markalaşması	
	15	Moda İletişiminde Etik ve Sürdürülebilirlik	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		
<b>Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi</b>			

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2	4	5	3	4	5	4	3	4	2	4	1	1	2	2	3	3
ÖÇ2	2	4	5	3	4	5	4	3	2	2	4	1	1	2	2	3	5
ÖÇ3	2	4	5	3	4	5	4	3	3	2	4	1	1	2	2	3	3
ÖÇ4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1	2	3	5	3
ÖÇ5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	2	5	1	1	4	2	3	3
<b>Katkı Düzeyi:</b> 1: Çok Düşük    2: Düşük    3: Orta    4: Yüksek    5: Çok Yüksek <b>ÖÇ:</b> Dersin Öğrenme Çıktısı <b>P:</b> Program Çıktısı																	
<b>Dersin Koordinatörü</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkanı)								
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>																	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>																	



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT4038 – Fashion Communication			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	8			
<b>Type of Course Unit</b>	Elective			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	The aim of the Fashion Communication course is to provide students with a comprehensive understanding of the fashion industry and communication strategies and to help them develop the necessary knowledge, skills and competencies in this field.			
<b>Course Content</b>	The content of the Fashion Communication course begins with the definition and importance of fashion communication. This is followed by a brief overview of fashion history and the relationship between fashion and culture. The role and development of fashion media and the impact of fashion magazines, blogs and social media platforms are emphasized. The basic principles and techniques of fashion photography and advertising are covered. Fashion public relations strategies and branding processes are examined through examples of successful brands. The impact of social media on fashion and digital marketing strategies are evaluated within the scope of influencer collaborations and social media campaigns. Fashion design process, the impact of technology and innovation on fashion, sustainable fashion and environmentally friendly designs are among the important topics of the course. Fashion consumer behavior and market research, fashion e-commerce and digital platforms, fashion journalism, ethics and sustainability are also discussed.			
<b>Prerequisites</b>	There is no prerequisite for this course.			
<b>Resources</b>	Myles Ethan Lascity - <i>Communicating Fashion</i> Olga Mitterfellner - <i>Fashion Marketing and Communication</i>			
<b>Mode of Delivery</b>	Face-to-face			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 20	Field	% 80
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	10	2	20
	Assignments	1	7	7
	Presentation			
	Mid-terms	1	3	3
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:75</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Learns the basic principles of fashion communication.</li> <li>2. Learns the use of media tools in the fashion industry.</li> <li>3. Learns and applies public relations and branding strategies for the fashion industry.</li> <li>4. Learns and applies digital marketing tools and strategies.</li> <li>5. Gains awareness of ethics and sustainability.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Fashion Communication	
	2	Fashion History and Culture	
	3	Fashion Media	
	4	Fashion Photography	
	5	Fashion Advertising	
	6	Fashion and Public Relations	
	7	Fashion Journalism	
	8	<b>MIDTERM EXAM</b>	
	9	Social Media and Fashion	
	10	Fashion Design and Innovation	
	11	Fashion and Consumer Behavior	
	12	Fashion and Globalization	
	13	Fashion E-Commerce and Digital Marketing	
	14	Fashion Branding	
	15	Ethics and Sustainability in Fashion Communication	
16	<b>Final Exam</b>		
<b>Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes</b>			

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2	4	5	3	4	5	4	3	4	2	4	1	1	2	2	3	3
ÖÇ2	2	4	5	3	4	5	4	3	2	2	4	1	1	2	2	3	5
ÖÇ3	2	4	5	3	4	5	4	3	3	2	4	1	1	2	2	3	3
ÖÇ4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1	2	3	5	3
ÖÇ5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	2	5	1	1	4	2	3	3
<b>Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant</b> <b>ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes</b>																	
<b>Course Coordination</b>									Prof. Dr. Ebru ÖZGEN (Head of Department of Public Relations and Publicity)								
<b>Contact (e-mail)</b>									eozgen@marmara.edu.tr								
<b>Lecturer of the Course</b>																	
<b>Contact (e-mail)</b>																	



## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4040 Reklam Müziği			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	8			
Dersin Türü	Bölüm Seçmeli			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	<p>Reklamcılık sektörünün önemli bir kısmını oluşturan Radyo-Tv reklamcılığı, dijital reklamcılık gibi alanlarda müzik kullanımı oldukça yaygındır. İnsanların keyifle dinledikleri bir sanat olan müzik yapımı özel ilgi ve çaba gerektirmektedir. Reklam sektöründe özellikle ajans tarafında reklamın yaratıcı kısımlarından olan müzikle ilgili deneyim ve bilginin önemi, reklamın yaratım kısmında ve sonrasında reklam müziği oluşturulurken daha iyi anlaşılmalıdır. Reklam sektöründe önemli kullanım alanları olan müziğin reklamlara olan etkisinin ve katkısının daha iyi anlaşılabilmesi açısından temel müzik bilgilerini öğrencilere kazandırarak, müziğin kitleleri etkileme gücünün reklamlar yoluyla kullanılmasını öğrenmelerini amaçlamaktadır. Reklam sektörünün yaratıcı alanlarından olan müziğin sosyal ve psikolojik etkilerinin daha iyi anlaşılmasını ve böylelikle iletişim öğrencilerinin müzik yaratıcılarına neyi nasıl yaptırabileceklerini bilmelerini ve aynı zamanda yaptırmak istediklerini ifade edebilmelerini sağlamayı hedeflemektedir.</p>			
Dersin İçeriği	<p>Temel müzik bilgisi, Müziğin anlamı, müzik sosyolojisi, müzik felsefesi ve müzik psikolojisi alanında tartışmalar yürütülmektedir. Müzik endüstrisi ve film yapımı ve müzik konusu işlenmektedir. Reklam endüstrisi, reklam yapım süreci, reklam müziğinin oluşturulma süreci ders kapsamında işlenmektedir. Yine alt müzik akımları geleneksel müzik türleri, dizi ve reklam sektörü müzik bağlamında ele alınmaktadır.</p>			
Dersin Ön Koşulları	Ön koşul yoktur.			
Kaynaklar	<p>Alper Görmüş, "Reklam Müziği ve Ses Tasarımı", 2017, Muzaffer Ünsaldı, "Reklam ve Pazarlama İletişimi", 2015., Philip Kotler, "Pazarlama Yönetimi", 2018., Lederer, J., Hill, T., &amp; Webster, J. (2016). "Reklam Müziği ve Marka Algısı: Tüketicilerin Müzikle İlgili Reaksiyonlarının Anlamlandırılması". <i>Pazarlama Araştırmaları Dergisi</i>, 18(3), 1-21., Bruner, G. C., &amp; Kumar, A. (2007). "Etkili Reklam Müziği Seçimi: Müzik ve Marka İmajı Üzerine Bir Araştırma". <i>Pazarlama Yönetimi Dergisi</i>, 17(3-4), 313-333., Nielsen, J. (2023). "The Power of Sound: How Audio Can Transform Brand Performance". Nielsen Media Insights.</p>			
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%



	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%30	Alan Bilgisi	%70
<b>Değerlendirme Sistemi</b>	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	50%	
	Kısa Sınav			
	Ödev			
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
<b>AKTS/İş Yüğü Tablosu</b>	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
	<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Müzik Endüstrisini anlar</li> <li>2. Stratejik Reklam Kampanyaları Geliştirir</li> <li>3. Vaka alışmalarını Analiz eder.</li> <li>4. Dijital Pazarlama Araçlarını Kullanır.</li> <li>5. Kampanya etkinliğini değerlendirir.</li> </ol>			

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Müzik Reklamcılığına Giriş	
	2	Müzik Endüstrisine Genel Bakış	
	3	Müzik Tüketiminde Tüketici Davranışları	
	4	Müzik Endüstrisinde Markalaşma	
	5	Reklam Kanalları ve Platformları	
	6	İçerik Oluşturma ve Hikaye Anlatımı	
	7	Reklam Kampanyası Planlama	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Yasal ve Etik Hususlar	
	10	Sanatçı Destekleri ve Ortaklıklar	
11	Müzik Reklamcılığında Uluslararası Perspektifler		

	12	Veri Analitiği ve Performans Ölçümü	
	13	Müzik Reklamcılığında Kriz Yönetimi	
	14	Müzik Reklamcılığında Geleceğin Trendleri	
	15	Konuk Konuşmacılar ve Sektör İğgörüleri	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	2	4	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	5	5	4	4	4
<b>ÖÇ2</b>	2	4	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	5	2	4	3	4
<b>ÖÇ3</b>	2	4	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	5	3	4	4	4
<b>ÖÇ4</b>	3	4	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	5	4	3	3	3
<b>ÖÇ5</b>	3	4	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	5	4	4	4	4

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	eozgen@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Doç. Dr. Deniz Güven
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	deniz.guven@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	HIT4040 Advertising Music			
Credit (ECTS)	3			
Semester	8			
Type of Course Unit	Departmental elective			
Language of Instruction	Turkish			
Objectives of Course	<p>The use of music is quite common in areas such as Radio-TV advertising and digital advertising, which constitute an important part of the advertising sector. Music production, which is an art that people enjoy listening to, requires special attention and effort. In the advertising sector, the importance of experience and knowledge about music, which is one of the creative parts of the advertisement, especially on the agency side, is better understood during and after the creation of the advertisement. In order to better understand the effect and contribution of music, which has important areas of use in the advertising sector, on advertisements, it aims to provide students with basic music knowledge and to learn how to use the power of music to influence the masses through advertisements. It aims to provide a better understanding of the social and psychological effects of music, which is one of the creative areas of the advertising sector, and thus to enable communication students to know what and how they can make music creators do and at the same time to express what they want to do.</p>			
Course Content	<p>Basic music knowledge, the meaning of music, music sociology, music philosophy and music psychology are discussed. Music industry and film production and music are covered. Advertising industry, advertising production process, the process of creating advertising music is covered in the course. Again, sub-music movements, traditional music genres, series and advertising sector are discussed in the context of music.</p>			
Prerequisites	There is no prerequisite for this course			
Resources	<p>Alper Görmüş, "Reklam Müziği ve Ses Tasarımı", 2017, Muzaffer Ünsaldı, "Reklam ve Pazarlama İletişimi", 2015., Philip Kotler, "Pazarlama Yönetimi", 2018., Lederer, J., Hill, T., &amp; Webster, J. (2016). "Reklam Müziği ve Marka Algısı: Tüketicilerin Müzikle İlgili Reaksiyonlarının Anlamlandırılması". <i>Pazarlama Araştırmaları Dergisi</i>, 18(3), 1-21., Bruner, G. C., &amp; Kumar, A. (2007). "Etkili Reklam Müziği Seçimi: Müzik ve Marka İmajı Üzerine Bir Araştırma". <i>Pazarlama Yönetimi Dergisi</i>, 17(3-4), 313-333., Nielsen, J. (2023). "The Power of Sound: How Audio Can Transform Brand Performance". Nielsen Media Insights.</p>			
Mode of Delivery	Face to Face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%

	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
	<b>Total</b>			<b>100 %</b>
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
	<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>	
<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to:			
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Understand the Music Industry Landscape</li> <li>2. Develop Strategic Advertising Campaigns</li> <li>3. Analyze Case Studies</li> <li>4. Utilize Digital Marketing Tools</li> <li>5. Evaluate Campaign Effectiveness</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to Music Advertising	
	2	Music Industry Landscape	
	3	Consumer Behavior in Music Consumption	
	4	Branding in the Music Industry	
	5	Advertising Channels and Platforms	
	6	Content Creation and Storytelling	
	7	Advertising Campaign Planning	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Legal and Ethical Considerations	
	10	Artist Endorsements and Partnerships	
	11	International Perspectives in Music Advertising	
	12	Data Analytics and Performance Measurement	

	13	Crisis Management in Music Advertising	
	14	Future Trends in Music Advertising	
	15	Guest Speakers and Industry Insights	
	16	<b>Final Exam</b>	

### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	2	4	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	5	5	4	4	4
ÖÇ2	2	4	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	5	2	4	3	4
ÖÇ3	2	4	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	5	3	4	4	4
ÖÇ4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	5	4	3	3	3
ÖÇ5	3	4	4	5	5	4	3	3	4	2	5	5	5	4	4	4	4

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Prof. Dr. Ebru Özgen
<b>Contact (e-mail)</b>	eozgen@marmara.edu.tr
<b>Lecturer of the Course</b>	Assoc. Prof. Dr. Deniz Güven
<b>Contact (e-mail)</b>	deniz.guven@marmara.edu.tr





İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU					
Dersin Kodu ve Adı	HIT4042 Ulus Markalama				
Dersin Kredisi (AKTS)	3				
Dersin Yarıyılı	8				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Öğretim Dili	Türkçe				
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin ulus markalama kavramını ve stratejilerini derinlemesine anlamalarını sağlamaktır. Öğrenciler, ulusal kimliğin küresel düzeyde nasıl tanıtılabileceğini ve güçlendirilebileceğini öğrenerek, pratik uygulamalar geliştirebilecek yetkinlik kazanacaklardır.				
Dersin İçeriği	Bu ders, ulus markalama kavramını ve stratejilerini kapsamlı bir şekilde ele alacaktır. Ulusal kimliğin küresel arenada nasıl şekillendirildiği ve tanıtıldığı incelenecek, başarılı ulus markalama örnekleri analiz edilecektir. Öğrenciler, bir ülkenin kültürel, ekonomik ve politik imajını güçlendirmek için kullanılan yöntemleri öğrenecek ve kendi ulus markalama projelerini geliştirecekler. Bu ders, pazarlama, iletişim ve uluslararası ilişkiler gibi disiplinlerle kesişen geniş bir perspektif sunmayı amaçlamaktadır.				
Dersin Ön Koşulları	Yok				
Kaynaklar	Alparslan Nas (2021) Ulus Markalama: Dünyadan Örneklerle Kuram ve Uygulama. 2. Baskı. ISBN: 978-625-00-9698-7. <a href="https://www.researchgate.net/publication/317587789_Ulus_Markalama_Dunyadan_Orneklerle_Kuram_ve_Uygulama">https://www.researchgate.net/publication/317587789_Ulus_Markalama_Dunyadan_Orneklerle_Kuram_ve_Uygulama</a>				
Dersin Öğretim Şekli	Yüz yüze				
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%	
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%	
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%	
	Sosyal Bilimler	%100	Alan Bilgisi	%	
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>		
	Ara Sınav	1	50 %		
	Kısa Sınav				
	Ödev				
	Devam				
	Uygulama				
	Proje				
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %		
<b>Toplam</b>			<b>100 %</b>		

AKTS/İş Yüğü Tablosu	ETKİNLİK	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
	Ders Süresi	15	3	45
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	5	5	25
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Labaoratuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):75</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi tamamlayan öğrenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ulus Markalama Kavramını Anlama: Öğrenciler, ulus markalama kavramını ve bu alandaki temel teorileri derinlemesine kavrayacaklardır.</li> <li>2. Küresel Örneklerin Analizi: Ulus markalama stratejilerinin küresel arenada nasıl uygulandığını ve başarılı örnekleri analiz edebilme yeteneği kazanacaklardır.</li> <li>3. Pratik Proje Geliştirme: Kendi ulus markalama projelerini oluşturma ve bu projeleri stratejik bir şekilde planlama ve uygulama becerisine sahip olacaklardır.</li> <li>4. Disiplinlerarası Perspektif: Pazarlama, iletişim ve uluslararası ilişkiler gibi farklı disiplinlerin ulus markalama üzerindeki etkilerini anlayacak ve bu perspektifleri ders boyunca entegre edebileceklerdir.</li> <li>5. Eleştirel Düşünme ve Problem Çözme: Ulus markalama süreçlerine eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşma ve karşılaşılan sorunlara yaratıcı çözümler geliştirebilme yetkinliğini kazanacaklardır.</li> </ol>			

Dersin Haftalık Dağılımı	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Derse Giriş	
	2	Giriş ve Ulus Markalama Temelleri	
	3	Ulus Markalama Stratejileri ve Modelleri	
	4	Ulusal Kimlik ve Kültürel Değerlerin Markalaşması	
	5	Ekonomik Kalkınma ve Ulus Markalama	
	6	Politik İmaj Yönetimi ve Ulus Markalama	
	7	Küresel Pazarlama Yaklaşımları ve Ulus Markalama	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Yaratıcı Endüstriler ve Kültürel Diplomasi	
	10	İletişim Stratejileri ve Medya Yönetimi	
	11	Soft Power ve Ulus Markalama	
12	Kriz Yönetimi ve Ulus Markalama		



	13	Sosyal Medya ve Dijital Platformlarla Ulus Markalama	
	14	Ulus Markalamada Gelecek Trendler	
	15	Final Öncesi Değerlendirme	
	16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>	

**Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	3	2	2	2	2	3	3	3	4	5	5	5	5	5	3	3	5
<b>ÖÇ2</b>	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	4	5	5	5	3	2	4
<b>ÖÇ3</b>	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5
<b>ÖÇ4</b>	2	2	3	2	3	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4
<b>ÖÇ5</b>	2	2	3	3	3	2	2	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek  
**ÖÇ:** Dersin Öğrenme Çıktısı **P:** Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
Course Code and Title	HIT4042 Ulus Markalama			
Credit (ECTS)	3			
Semester	8			
Type of Course Unit	Elective			
Language of Instruction	Turkish			
Objectives of Course	The aim of this course is to ensure that students gain a deep understanding of the concept and strategies of nation branding. Students will learn how national identity can be promoted and strengthened on a global scale, gaining the competence to develop practical applications.			
Course Content	This course will comprehensively address the concept and strategies of nation branding. It will examine how national identity is shaped and promoted in the global arena and analyze successful examples of nation branding. Students will learn the methods used to enhance a country's cultural, economic, and political image and develop their own nation branding projects. This course aims to provide a broad perspective that intersects with disciplines such as marketing, communication, and international relations.			
Prerequisites	None			
Resources	Alparslan Nas (2021) Ulus Markalama: Dünyadan Örneklerle Kuram ve Uygulama. 2. Baskı. ISBN: 978-625-00-9698-7. <a href="https://www.researchgate.net/publication/317587789_Ulus_Markalama_Dunyadan_Orneklerle_Kuram_ve_Uygulama">https://www.researchgate.net/publication/317587789_Ulus_Markalama_Dunyadan_Orneklerle_Kuram_ve_Uygulama</a>			
Mode of Delivery	Face-to-Face			
Course Category	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	% 100	Field	%
Assessment Methods and Criteria	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>	<b>Percentage %</b>	
	Mid-terms	1	50 %	
	Quizzes			
	Assignment			
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1	50 %	
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	

<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	15	3	45
	Hours for off the c.r.stud	5	5	25
	Assignments			
	Presentation			
	Mid-terms	1	3	3
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	2	2
<b>Total Work Load:75</b>		<b>Total Duration/25:5</b>		
<b>Course Learning Outcomes</b>	<p>After completing this course, the students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Understanding the Concept of Nation Branding: Students will gain an in-depth understanding of the concept of nation branding and the fundamental theories in this field.</li> <li>2. Analysis of Global Examples: Students will develop the ability to analyze how nation branding strategies are applied on the global stage and examine successful examples.</li> <li>3. Practical Project Development: Students will acquire the skills to create their own nation branding projects and strategically plan and implement these projects.</li> <li>4. Interdisciplinary Perspective: Students will understand the impact of various disciplines such as marketing, communication, and international relations on nation branding and integrate these perspectives throughout the course.</li> <li>5. Critical Thinking and Problem-Solving: Students will gain the competence to approach nation branding processes with a critical mindset and develop creative solutions to encountered problems.</li> </ol>			

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction to the Course	
	2	Foundations of Nation Branding	
	3	Nation Branding Strategies and Models	
	4	Branding National Identity and Cultural Values	
	5	Economic Development and Nation Branding	
	6	Political Image Management and Nation Branding	
	7	Global Marketing Approaches and Nation Branding	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Creative Industries and Cultural Diplomacy	
	10	Communication Strategies and Media Management	
	11	Soft Power and Nation Branding	
	12	Crisis Management and Nation Branding	

	13	Nation Branding with Social Media and Digital Platforms	
	14	Future Trends in Nation Branding	
	15	Review class before final exams	
	16	<b>Final Exam</b>	

**Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes**

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	3	2	4	2	2	3	3	2	2	5	4	5	5	5	3	3	5
<b>ÖÇ2</b>	2	3	3	4	2	2	2	2	3	4	4	5	5	5	3	3	4
<b>ÖÇ3</b>	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5
<b>ÖÇ4</b>	3	2	3	2	3	4	4	4	4	5	5	4	4	2	5	5	4
<b>ÖÇ5</b>	4	2	4	3	3	2	2	4	5	5	5	3	3	4	3	3	5

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	
<b>Contact (e-mail)</b>	
<b>Lecturer of the Course</b>	
<b>Contact (e-mail)</b>	



İletişim Fakültesi

## Ders Tanımlama Formu (Türkçe)

DERS TANIMLAMA FORMU				
Dersin Kodu ve Adı	HIT4044 Yeni Medyada Yayıncılık Uygulamaları			
Dersin Kredisi (AKTS)	3			
Dersin Yarıyılı	8			
Dersin Türü	Ders			
Dersin Öğretim Dili	Türkçe			
Dersin Amacı	İletişim sürecinin değişmez parçası olan iletişim araçlarının hem tarihsel hem de teknolojik gelişmeleriyle öğrencilere aktarılması sonucunda öğrencilere farklı bakış açıları kazandırmak amaçlanmaktadır.			
Dersin İçeriği	Yeni medya içeriklerinin ele alınarak geleneksel yayıncılık ile karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesi.			
Dersin Ön Koşulları				
Kaynaklar	Ders notları, makale, görsel ve yazılı kaynaklar.			
Dersin Öğretim Şekli	Ders Anlatımı			
Dersin Kategorisi	Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%
	Eğitim Bilimleri	%	Fen Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarımı	%	Sağlık Bilimleri	%
	Sosyal Bilimler	%	Alan Bilgisi	%
Değerlendirme Sistemi	<b>Yarıyıl Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı %</b>	
	Ara Sınav	1	30 %	
	Kısa Sınav			
	Ödev	1	20 %	
	Devam			
	Uygulama			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50 %	
	<b>Toplam</b>		<b>100 %</b>	
AKTS/İş Yüğü Tablosu	<b>ETKİNLİK</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü (saat)</b>
	Ders Süresi	14	3	42
	Sınıf Dışı Ç.Süresi	14	2	28
	Ödevler	1	2	2
	Sunum Seminer Hazırlama			
	Ara Sınavlar	1	2	2
	Uygulama			
	Laboatuvar			
	Proje			
	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	3	3
<b>Toplam İş Yüğü (saat):77</b>		<b>Toplam Saat/25 = 3</b>		

<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	Bu dersi tamamlayan öğrenci:
	1-Analitik düşünme becerisi kazanmak
	2-Etik değerler geliştirmek
	3-Uygulamada mesleki yeterlilik kazanmak
	4-Kuramlar ve pratiği meslek yaşamında birlikte kullanabilmek
5- Mesleki sunum becerisi kazanmak	

<b>Dersin Haftalık Dağılımı</b>	Hafta No	Konular	Ön Hazırlık
	1	Giriş, dersin içeriği ve kapsamı	
	2	Reklam Ortamı Kavramı	
	3	Konvansiyonel Medya Araçları ve Özellikleri	
	4	Yeni Medya Kavramı ve Özellikleri	
	5	Yeni Medyada Yayıncılık	
	6	Sosyal Medya	
	7	İnternet Günlükleri( Bloglar)	
	8	<b>ARA SINAV</b>	
	9	Multimedya, Podcast, Videocast, Yöndeşme, Kişiselleştirme vb Kavramlar	
	10	Dijital Yayıncılığın ve İnternet Gazeteciliğinin Gelişimi	
	11	İnternet Gazeteciliğinin ve Yurttaş Gazeteciliğinin Özellikleri	
	12	Yeni Medyanın Yayıncılık Üzerindeki Etkileri	
	13	Yeni Medya Reklam Entegrasyonu	
	14	Etkili Kişi(İnfluencer) Reklamcılığı, Doğal Reklamlar ve Sponsoruklar	
	15	Ders Sonu Değerlendirmesi	
16	<b>YARIYIL SONU SINAVI</b>		

#### Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
<b>ÖÇ1</b>	1	2	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0			
<b>ÖÇ2</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
<b>ÖÇ3</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
<b>ÖÇ4</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
<b>ÖÇ5</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			

**Katkı Düzeyi:** 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

ÖC: Dersin Öğrenme Çıktısı P: Program Çıktısı

<b>Dersin Koordinatörü</b>	Öğr.Gör. Dr. Burçin Ertürk
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	burcin.erturk@marmara.edu.tr
<b>Dersi Verecek Öğretim Elemanları</b>	Öğr.Gör. Dr. Burçin Ertürk
<b>İletişim Bilgileri (e-posta)</b>	burcin.erturk@marmara.edu.tr



## Ders Tanımlama Formu (İngilizce)

COURSE INFORMATION				
<b>Course Code and Title</b>	HIT 4044 Publishing Practices in New Media			
<b>Credit (ECTS)</b>	3			
<b>Semester</b>	8			
<b>Type of Course Unit</b>	Lesson			
<b>Language of Instruction</b>	Turkish			
<b>Objectives of Course</b>	It is aimed to make students gain different perspectives as a result of transferring communication instruments which are unchangeable parts of communication process with both historical and technological developments.			
<b>Course Content</b>	Evaluating new media content and comparing it with traditional publishing.			
<b>Prerequisites</b>				
<b>Resources</b>	Lecture notes, articles, visual and written resources.			
<b>Mode of Delivery</b>	Lecture			
<b>Course Category</b>	Mathematics and Basic Sciences	%	Engineering	%
	Education	%	Science	%
	Engineering Design	%	Health	%
	Social Sciences	%	Field	%
<b>Assessment Methods and Criteria</b>	<b>In-Term Studies</b>	<b>Quantity</b>		<b>Percentage %</b>
	Mid-terms	1		30 %
	Quizzes			
	Assignment	1		20 %
	Attendance			
	Practice			
	Project			
	Final Examination	1		50 %
<b>Total</b>			<b>100 %</b>	
<b>ECTS Allocated Based on Student Workload</b>	<b>Activities</b>	<b>Quantity</b>	<b>Duration</b>	<b>Total Work Load)</b>
	Course Duration	14	3	42
	Hours for off the c.r.stud	14	2	28
	Assignments	1	2	2
	Presentation			
	Mid-terms	1	2	2
	Practice			
	Laboratory			
	Project			
	Course Duration	1	3	3
<b>Total Work Load:77</b>		<b>Total Duration/25:3</b>		



<b>Course Learning Outcomes</b>	After completing this course, the students should be able to:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analytical thinking skill</li> <li>2. Developing ethical values</li> <li>3. Providing professional competence in practice</li> <li>4. Being able to use theories and practice together in professional life</li> <li>5. To gain professional skills</li> </ol>

<b>Weekly Detailed Course Contents</b>	<b>Week</b>	<b>Topics</b>	<b>Study Materials</b>
	1	Introduction, content and scope of the course	
	2	Advertising Media Concept	
	3	Conventional Media Tools and Features	
	4	New Media Concept and Features	
	5	Publishing in New Media	
	6	Social media	
	7	Internet Diaries (Blogs)	
	8	<b>Mid-term exam</b>	
	9	Concepts such as Multimedia, Podcast, Videocast, Convergence, Personalization etc.	
	10	Development of Digital Publishing and Internet Journalism	
	11	Characteristics of Internet Journalism and Citizen Journalism	
	12	Effects of New Media on Publishing	
	13	New Media Advertising Integration	
	14	Etkili Kişi(İnfluencer) Reklamcılığı, Doğal Reklamlar ve Sponsoruklar	
	15	End of Course Evaluation	
16	<b>Final Exam</b>		

#### Contribution of Learning Outcomes to Program Outcomes

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
ÖÇ1	1	2	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
ÖÇ5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			

**Contribution: 1: Very Slight 2: Slight 3: Moderate 4: Significant 5: Very Significant**  
**ÖÇ: Course Learning Outcomes P: Program Learning Outcomes**

<b>Course Coordination</b>	Öğr.Gör. Dr. Burçin Ertürk
<b>Contact (e-mail)</b>	burcin.erturk@marmara.edu.tr

<b>Lecturer of the Course</b>	Öğr.Gör. Dr. Burçin Ertürk
<b>Contact (e-mail)</b>	burcin.erturk@marmara.edu.tr

