



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM- ĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

LNG 101 GENEL İNGİLİZCE 1 (2-0) 2 AKTS (ZORUNLU)

Subject pronouns; poss. adj.s days of the week/ numbers 0-100 / classroom language/ A / an / plurals this / that / these / those adjectives colors / Review of Adjectives / Imperatives Let's Modifiers Quite / very / really / Word order in questions / Verb phrases Question words / Simple Pres. (+ / - / ?) / Word order in questions/ Verb phrases / Question word / Telling Time / Prepositions of Time / Adverbs / Write about your favorite day / Verb Phrases / Can cannot / Present Continuous Tense / The weather & Seasons / Present Simple & Present Continuous Tense.

GNL 101 ATAT RK İLKELERİ VE İNKİL P TARİHİ 1 (2-0) 2 AKTS (ZORUNLU)

Osmanlı Devleti'nin ortaya çıkışını, yükselişini, duraklama,      me, dağılmasıyla yıkılışını ve Türk İnkıl bını hazırlayan sebeplere toplu bir bakış, Osmanlı Devleti'nin Dağılması sürecinde meydana gelen olaylar, I. Dünya Savaşı, İőgaller, Cemiyetler, Mondros Mütarekesinden sonra Mustafa Kemal Paőa'nın faaliyetleri ve Anadolu'ya geçmesi, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin açılışı, Sevr Anlaşması, Düzenli ordunun kuruluőu, Yunan genel taarruzu ve Batı Cephesi'ndeki savaőlar, Mustafa Kemal Paőa'nın Baőkomutanlığı, Sakarya Savaşı, Büyük Taarruz ve Mudanya Mütarekesi'nin imzalanması, Lozan Antlaşması.

GNL 105 TÜRK DİLİ 1 (2-0) 2 AKTS (ZORUNLU)

Türk Dili Dersinin Amacı ve İlkeleri, Konuların Tanıtımı, Ders İzleme yöntemi. / Yapı Bakımından Diller/ Türk Dilinin Dünya Dilleri Arasındaki Yeri./ Dil Türleri: Konuőma Dili/ Yazı Dili/ Lehçe/ Ağız/ Argo./ Türk Dilinin Tarihçesi/ Türklerin Kullandıkları Yazılar/ Yazı ve Dil Devrimi./ Türkçenin  zellikleri./ Düőünce Yazıları İnceleme Planı/ Konu, Tema, Ana Düőünce Saptama Yöntemleri./ /Türkçenin güncel sorunları, dil-kültür, dil-düőünce, dil-iletişim hakkında bilgilendirme/ Türk Dilinin dünya dilleri arasındaki yeri/ / Yazım Kuralları ve Noktalama/ Anlatım kuralları ve biçimleri/ Paragraf bilgisi ve paragraf  eőitleri/ Türkçenin sorunları ve Dil edinimindeki bozukluklar- Dil Yanlıőları, Türk Dilinde yabancı sözcükler/ Kompozisyon yazım kuralları/ Anlatım bozuklukları.

ILF 111 DİJİTAL MEDYA PROGRAM VE UYGULAMALARI 1 (2-2) 6 AKTS (ZORUNLU)

Bu ders, dijital medya araçlarının temel yapılarını ve iőleyiő prensiplerini anlamayı hedefler. Öğrenciler, dijital platformlar üzerinde içerik üretimi ve düzenleme süreçlerine dair teknik bilgi edinirler. Dersin baőlangıcında, dijital medya yazılımlarının temel özellikleri, kullanım alanları ve kullanıcı arayüzleri tanıtılır. Grafik tasarım, video düzenleme ve temel animasyon araçlarının uygulamalı kullanımı öğretilir. Teorik çerçevede, dijital medya programlarının yaratıcılık ve etkileşim açısından önemi ele alınır. Öğrenciler, bireysel ve grup projelerinde, öğrendikleri becerileri kullanarak içerik üretir ve projelerini sunarlar. Bu ders, iletişim fakültesi öğrencilerine dijital dünyanın teknik altyapısını keőfetmeleri için bir baőlangıç sunar ve temel seviyede dijital medya araçlarını kullanma becerisi kazandırır.



T.C. İSTANBUL T CARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ

ILF 131 İLETİŞİM BİLİMİNE GİRİŐ (3-0) 5 AKTS (ZORUNLU)

Öğrencinin iletişim kavramına ilişkin kuramsal bir bakış açısı kazanması amaçlanmaktadır. Ayrıca  ğrencilerin medyaya eleştirel bakış açısının geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır. İletişim bilimine ilişkin temel kavramları anlamak, geleneksel ve yeni medyayı anlamak, dil, kültür, toplum ve iletişim arasındaki iliŐkinin kavranması.

GIT 121 TEMEL FOTOĞRAFCILIK (2-2) 6 AKTS (ZORUNLU)

Fotoğrafın tanımı, tarihsel gelişimi, fotoğraf terimleri, fotoğrafta akımlar, örneklerle çekim ölçekleri, çekim pratikleri, fotoğrafta kompozisyon, ufuk çizgisi altın oran, ritim, doku, perspektif, ıŐık ve aydınlatma ilkeleri aktarılır. Görüntünün oluŐum süreci aktarılarak doğru aydınlatma yöntemleriyle fotoğraf çekme becerisi kazandırılmaya çalıŐılır. Fotoğraf sanatçıları ve eserlerine dair bilgiler verilir. Teorik bilgilerinin ışığında doğru uygulamalı projeler hazırlama pratiği kazandırılır.

SOS 100 SOSYOLOĞİ (2-0) 5 AKTS (ZORUNLU)

Marx, Tarihsel Materyalizm, Sınıf  atıŐması, YabancılaŐma, Pozitivizm, Comte, İntihar, Toplumsal DayanıŐma, Durkheim, Weber, Protestan Ahlakı, Bürokrasi, Simmel Formel Sosyoloji, Tönnies, Gemeinschaft-Gesellschaft, Ataerkillik, Feminizm, Eleştirel Teori, Söylem, Postmodernizm, Hegemonya, İdeoloji, Yapısalcı Marksizm (Althusser), Simülasyon, Risk Toplumu, YanlıŐlamacılık, Paradigmalar, Sembolik EtkileŐimcilik, Damga, Kültür AraŐtırmaları, KüreselleŐme, ModernleŐme Teorisi, Bağımlılık Kuramları, KüreselleŐme, Kentleşme, İnsan Ekoloğisi, Yoksulluk Kültürü, Kollektif Tüketim.

MIS 111 TÜRKİYE’NİN YÖNETİM YAPISI (2-0) 2 AKTS (ZORUNLU)

Türkiye Cumhuriyeti’nin yönetim anlayıŐı ve yapısını anlamak, farklı lisans programlarından mezun olacak her  ğrenci için önemlidir. Bu ders kapsamında, Türkiye Cumhuriyeti’nin mevcut idari yapısını anayasal ilkeler çerçevesinde ortaya koymak hedeflenmektedir. Yeni yönetim modelinde kurum ve kuruluŐların organizasyon yapıları, g rev ve sorumlulukları da incelenecektir.

LNG 102 GENEL İNGİLİZCE 2 (2-0) 2 AKTS (ZORUNLU)

Word order in questions / Simple present/ Phrases with ‘go’, holiday activities, simple Past vs Past Cont. / Time sequence, connectors (so, because, but, although) / Be Going To, plans& predictions Airport vocabulary / Present cont. (future arrangements), defining relative clauses, paraphrasing, write an email about travel arrangements/ Make&do, Present Perfect (just, yet, already) Present Perfect vs Simple Past, Shopping vocab. / Indefinite pronouns Adjectives ing. / ed. comparative adjectives and adverbs, as----as / Superlatives (+ ever+ present perfect) / Describing a place Write a description of the place where you live / quantifiers/too/ not enough.

GNL 102 ATATÜRK İLKELERİ VE İNKIL P TARİHİ 2 (2-0) 2 AKTS (ZORUNLU)

Siyas  Alanda Yapılan İnkıl plar /  ok Partili Hayata Geçiş Denemeleri I /  ok Partili Hayata Geçiş Denemeleri II / Hukuk Alanındaki GeliŐmeler Eğitim, Kültür ve Sağlık Alanındaki GeliŐmeler /



T.C. İSTANBUL T CARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ

Cumhuriyetin İlk Yıllarında Ekonomi Politikası / Atatürk Döneminde Türk Dıő Politikası (1923 – 1938) / Atat rk  Düőünce Sistemi ve İlkeleri / II. Dünya Savaşı ve Sonrasında Türkiye / Türkiye’de İç Siyasi Geliőmeler (1950-1980). / Türkiye’de İç Siyasi Geliőmeler (1980-2012) / Türkiye’nin Dıő Politikası (1960-2012) Türkiye’nin Dıő Politikası (1960-2012).

GNL 106 TÜRK DİLİ 2 (2-0) 2 AKTS (ZORUNLU)

Sözlü Anlatım, Konuőmanın Tanımı ve Kapsamı, Konuőmanın  nemi, Sözlü ve Yazılı Anlatımın  zellikleri, Güzel, Etkili ve Doğru Konuőmanın İlkeleri, Konuőma Yanlıőları ve Türkçenin Söyleyiő  zellikleri, Konuőma Türleri, Sözlü Anlatım Türleri, Yazılı Anlatım Türleri, Resmi Yazıőmalar, Bilimsel Araőtırma Yöntemleri, Bilimsel Rapor Hazırlama, Kaynak Gösterme, Bibliyografya ve Dipnot Kurallar.

ILF 112 DİJİTAL MEDYA PROGRAM VE UYGULAMALARI 2 (2-2) 6 AKTS (ZORUNLU)

Bu ders, Dijital Medya Program ve Uygulamaları 1 dersinin devamı niteliğindedir ve daha ileri düzey teknik beceriler kazandırmayı amaçlar. Öğrenciler, video prodüksiyon, dijital animasyon ve interaktif medya tasarımı gibi alanlarda uzmanlaőır. Ayrıca, web tabanlı uygulama geliştirme ve kullanıcı deneyimi tasarımı gibi ileri düzey konular da ele alınır. Uygulamalı çalışmalarla öğrenciler, karmaőık dijital projeler üzerinde çalıőarak profesyonel düzeyde içerik üretme becerisi kazanır. Dersin sonunda, öğrenciler dijital medya projelerini bir portföy formatında sunarlar. Bu ders, dijital medyada yaratıcı ve teknik uzmanlık geliőtirmek isteyen öğrenciler için önemli bir fırsat sunar ve sektöre yönelik pratik beceriler kazandırır.

HUK 223 HUKUKUN TEMEL KAVRAMLARI (2-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Hukuk Kavramı, Hukuk Kavramının Diğer Toplumsal Davranıő Kuralları Açısından Ayırt Edici  zelliği / Yaptırım Kavramı /  eőitleri Hukukun Kaynakları/  zel Hukuk ve Kamu Hukuku Ayırımı/ Bu Ayırım İçinde Hukukun Alt Dalları İle İlgili Genel Bilgiler /  zel Hukukun Temel Kavramları / Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının Temel İlkeleri / Demokrasinin Temel İlkeleri / Hukukun Uygulanmasına İlişkin Sorunlar (Yer ve Zaman Bakımından Uygulanma/ Emredici Tamamlayıcı - Yorumlayıcı Kural Ayırımı / Hukukta Yorum / Yasa Boőluėu ve Kıyas) Hakkında Bilgi Verilmektedir.

IKT 101 GENEL EKONOMİ (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Ekonominin temel kavramları, ekonominin temel prensipleri, ekonomide arz talep dengesi, büyüme ve geliőtme bağlamında ekonominin önemi, ulusal ve küresel ekonomiler arasında bağlantı kurma, hukuk ile ekonomi arasındaki iliőtikiyi yorumlama.

SUI 306 SİYASİ DÜŐÜNCELER TARİHİ (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

İnsanlık tarihindeki temel siyasal düőüncelerin, ideolojilerin ve yönetim anlayıőlarının geliőtmesini inceleyen bir derstir. Antik dönemden modern zamanlara kadar önemli filozofların, düőünürlerin ve toplumsal hareketlerin siyasal fikirlerine odaklanır. Öğrenciler, bu fikirlerin tarihsel bağlamlarını anlamının yanı sıra, günümüz siyasal sistemleri üzerindeki etkilerini de değerlendirir. Ders, eleştirel düşünme becerisini geliőtirerek farklı ideolojik perspektiflerin anlaőtılmasını amaçlar.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

MIS 152 ARAŐTIRMA YÖNTEMLERİ VE TEKNİKLERİ (3-0) 6 AKTS (ZORUNLU)

Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili nicel ve nitel araŐtırma, planlama yapma yöntem ve tekniklerini kullanmaya yöneliktir.

LNG 111 MESLEKİ İNGİLİZCE 1 (3-0) 3 AKTS (ZORUNLU)

To make students cover / understand concepts and vocabulary for communications department. Brands, social media, advertising, competition.

ILF 213 İLETİŞİM VE MEDYA TARİHİ (3-0) 5 AKTS (ZORUNLU)

Kitle iletişim araçlarının gelişimi, iŐlevleri, etkileri matbaadan yeni iletişim teknolojilerine kronolojik olarak aktarılmaktadır. İlk uygarlıklar ve ilkel iletişim araçları, matbaa, basın, yayın ve Batı'da okuryazarlık geleneği, gazeteciliğin doğuşu, matbaanın toplumsal etkileri, Osmanlı'da basının doğuşu, radyo, görüntü teknolojileri ve kitle toplumunun doğuşu, televizyon icadı ve toplumsal etkileri, internet ve dijital iletişim  ağı, yeni medya ele alınan konulardandır.

HIR 213 HALKLA İLİŞKİLERİN TEMEL KAVRAMLARI (2-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

ÖĞrencilerin halkla ilişkilerin temel kavram ve kuramlarını baŐlangıç düzeyinde öğrenmelerini amaçlayan ders, halkla ilişkiler uzmanlığı ile ilgili tüm terminolojiyi verecek Şekilde planlanmıŐtır. Halkla ilişkilerin tarihçesi ve tanımlarından, kriz iletişimi ve itibar yönetimine dek birçok konu bu dersin içeriğini oluşturmaktadır. Ders kapsamında halkla ilişkilerin yöntem ve araçları, medya ile ilişkiler, hedef kitle yönetimi gibi temel konular yer almaktadır.

MIS 263 MEDYADA HABER YAZIM TEKNİKLERİ (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Gazetecilikle ilgili temel bilgilerin ve uygulama tekniklerinin verilmesi amaçlanmaktadır. Gazetenin doğuşu ve geleneksel gazeteciliğin gelişimi, gazeteciliğin temel kavramları, gazeteciliğin toplumda rolü ve önemi, gazeteciliğin etik kuralları, haber kavramı, haber değerleri, haber toplama ve haber yazma süreçleri, haber yazım teknikleri ve fotoğraf kullanımı, haber metninin kurgulanması, haber analizleri, basında sansür-oto sansür, yerel basın ve sorunları, haber ajansları gibi konular ele alınmaktadır.

MIS 283 KAMERA VE KURGU (2-2) 5 AKTS (ZORUNLU)

Bu derste öğrenciler dijital formatlara odaklanarak grafik tasarım sürecindeki temel teknik ve teorik yaklaşımları kavrayarak  aĐdaŐ iletişimin geniŐ çaplı yönlerini inceleyip dijital ortamda grafik tasarım odaklı pratik ürünler üretebilme beresini kazanacaklardır.

PYS 241 SOSYAL PSİKOLOJİ (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Bu derste insanlar arası davranışları etkileyen temel sosyal süreçler ve sosyal psikoloji alanının temelleri konusunda kavramsal bilgiler verilmektedir. Sosyal psikolojinin çalışma konuları, yaklaşımları, temel kavram ve kuramları ile araŐtırma yöntemleri aktarılmaktadır.



T.C. İSTANBUL T CARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ

GNL 450 KARİYER PLANLAMA (2-0) 0 AKTS (ZORUNLU)

Bu ders öğrencilere iş dünyasından ilk elden deneyimler sunmayı amaçlamaktadır. Ders, sektör profesyonelleri ve ders hocasının yapacağı bir dizi seminerden oluŐmaktadır. Çeşitli konularda 12 haftalık bir seminer dizisi Đeklinde yürütülmektedir. Seminerlerin bazılarını sektör deneyimi olan konuklar verirken, bazı haftalar dersin hocası İletişim endüstrisi kapsamına giren güncel iş alanları hakkında bilgi vermekte ve öğrencileri profesyonel kariyerlerini planlama konusunda teşvik etmektedir.

LNG 112 MESLEKİ İNGİLİZCE 2 (3-0) 3 AKTS (ZORUNLU)

Global & Integrated Marketing Communications - Definition of marketing, Customer Relationship Groups (Butterflies, Barnacles...), Modern Marketing System, Marketing Mix, New Marketing Trends; Integrated Marketing Communications (IMC), IMC Tools, Benefits of IMC. Generational Marketing - Baby Boomers, Generation X, Generation Z, Millennials. How to market to Generations. How are they purchasing. Buying behaviors.

HIR 214 REKLAMCILIĞIN TEMEL KAVRAMLARI (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Reklamcılığın Temel Kavramları dersi reklamcılığın temel ilkeleri, Türkiye ve dünyada reklamcılığın gelişimi, reklam uygulama ve denetleme süreçleri ve reklam kuruluŐları gibi konuların iŐlendiĐi bir derstir.

HIR 224 PAZARLAMA YÖNETİMİ (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Pazarlamanın temel kavramları, talep yönetimi, bilgi çağının pazarlamaya etkisi, stratejik planlama ve pazarlama süreci, pazarlamanın makro ve mikro çevresi, pazarlama bilgi sistemi, pazar ve pazarlama araŐtırması, tüketiciler pazarı ve tüketicisi satın alma davranıŐı, pazar bölümlendirme, pazarlama karmasının oluŐturulması, yeni ürün geliştirme, fiyat kararları, dağıtım kanalları ve lojistik yönetimi, perakende ve toptancılık, bütünleşik pazarlama iletişimi, kiŐisel satıŐ ve satıŐ yönetimi, doğrudan pazarlama, İnternet üzerinden pazarlama, uluslararası pazarlama yönetimi, pazarlama yönetiminde organizasyon ve denetim.

HIR 234 İKNA TEKNİKLERİ VE ALGI YÖNETİMİ (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

İkna tanımı, tarihsel gelişimi, Aristo ikna modeli, İkna süreçleri, iknanın sonuçları, ikna teorileri, halkla iliŐkilerde ikna, reklamda ikna, siyasal iletişimde ikna.

ILF 204 KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Kitle iletişim araçlarının iŐleyiŐini, etkilerini ve toplumsal bağlamını açıklayan temel kuramları ele alır. Ders, iletişim süreçlerini anlamak için farklı teorik yaklaşımları inceleyerek medya ve toplum ilişkisini derinlemesine analiz etmeyi amaçlar.

HIR 244 GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİKÇİLİK (3-0)3 AKTS (ZORUNLU)

Bu ders sektörler temelinde giriŐimciliĐın getirilerinin neler olduğunu, ne gibi risklerin bulunduğunu örnekler bazında değerlendiren bir niteliğe sahiptir.



T.C. İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ

MIS 264 YENİ MEDYA UYGULAMALARI (2-2) 3 AKTS (ZORUNLU)

Yeni Medya Uygulamaları dersi, dijital çağda iletişim araçlarının dönüşümünü anlamak ve bu dönüşümün uygulama alanlarını keşfetmek isteyen öğrenciler için tasarlanmıştır. Ders, sosyal medya, bloglar, mobil uygulamalar ve dijital içerik platformları gibi yeni medya araçlarının kullanımını ele alır. Öğrenciler, yeni medya araçlarını stratejik iletişimde nasıl etkili bir şekilde kullanabileceklerini öğrenir. Uygulamalı çalışmalar, öğrencilerin sosyal medya kampanyaları, dijital reklamlar ve interaktif içerikler oluşturmaya olanak tanır. Ayrıca, kullanıcı davranışlarının analizi, veri odaklı içerik üretimi ve platformlar arası entegrasyon gibi konular da incelenir. Bu ders, öğrencilere yeni medya ortamında yaratıcı çözümler geliştirme ve dijital platformlarda fark yaratma becerisi kazandırır.

HIR 345 HALKLA İLİŞKİLER YAZARLIĞI(3-0)3 (ZORUNLU)

Geleneksel ve dijital medya için haber, basın bültenleri hazırlama, halkla ilişkiler mesajlarını yazma, planlama süreci, örnek çalışmalar ile ilgili bilgi sahibi olur.

HIR 325 BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ (3-0) 3 AKTS (ZORUNLU)

Öğrencilere modern pazarlama iletişimi stratejilerini anlamaları ve uygulamaları için kapsamlı bir rehber sunar. Ders, tüketici davranışlarının analizinden başlayarak markaların hedef kitleye ulaşmasında etkili olan yaratıcı iletişim stratejilerini ele alır. Geleneksel medya, dijital platformlar ve sosyal medya gibi çeşitli kanalları kapsayan BPİ, öğrencilere marka değerini artırmak için tüm iletişim araçlarının uyum içinde nasıl kullanılacağını öğretir. Stratejik planlama, içerik üretimi, mesaj tasarımı ve etkinlik yönetimi gibi konular da işlenir. Ders kapsamında vaka analizleri, grup projeleri ve uygulamalı çalışmalarla öğrencilerin teorik bilgilerini pratikle pekiştirmesi sağlanır. Ayrıca, güncel kampanyaların analiziyle sektör dinamikleri anlaşılır kılınır. Bu ders, öğrencileri BPİ'nin sadece bir pazarlama aracı değil, aynı zamanda markalar için uzun vadeli bir değer yaratma süreci olduğunu anlamaya teşvik eder.

MIS 355 SOSYAL MEDYA YÖNETİMİ (1-2) 3 AKTS (ZORUNLU)

Sosyal medya platformlarının etkin kullanımı, içerik stratejisi oluşturma ve dijital topluluklarla etkileşim süreçlerini ele alır. Ders, markaların sosyal medyada görünürlüklerini artırmak için uygulanan yöntemler ile ölçümleme ve analiz tekniklerine odaklanarak öğrencilerin pratik beceriler kazanmasını amaçlar.

HIR 355 KRİZ YÖNETİMİ (2-2) 3 AKTS (ZORUNLU)

Ders, krizin oluşma süreci, etkileri ve sonuçlarının iyi analiz edilmesini sağlayarak krizin her aşamasında iletişim stratejilerini etkin şekilde kullanmanın öneminin kavranmasını amaçlamaktadır.

MIS 385 İLETİŞİMDE YAPAY ZEKA UYGULAMALARI (2-2) 3 AKTS (ZORUNLU)

Yeni medyanın tanımı ve çeşitleri, Facebook ve halkla ilişkiler, Twitter ve halkla ilişkiler, Instagram ve halkla ilişkiler, Youtube ve halkla ilişkiler, bloglar ve halkla ilişkiler, diğer sosyal medya araçları ve halkla ilişkiler, sosyal medyada kurumsal itibar yönetimi.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

GNL 301 STAJ 1 (0-0) 5 AKTS (ZORUNLU)

Ders  ğrencilerin kurumsal iletişim, halkla ilişkiler ya da reklam alanındaki bölümlerde ya da ajanslarda yapacakları uygulamaya dayalı iş deneyimini içermektedir.

HIR 316 HALKLA İLİŐKİLERDE SOSYAL SORUMLULUK (3-0) 3 AKTS (ZORUNLU)

Halkla ilişkiler birimleri tarafından planlanan ve yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları, kurumsal sosyal sorumluluğun gelişimi, kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları planlama süreci, kurumsal sosyal sorumluluk alanları, kampanyaları ve örnek uygulamaları yapılmaktadır.

HIR 326 KURUMSAL İMAJ VE İTİBAR YÖNETİMİ (3-0) 3 AKTS (ZORUNLU)

Kurum itibarının bileŐenleri nelerdir ve bu bileŐenler üzerinden itibar nasıl inŐa edilir, korunur, geliŐtirilir ve ölçülür sorularının cevabını aramak bu dersin amacını oluŐurmaktadır. Dersin içeriği itibar yönetimi bileŐenleri, çoklu kanal stratejileri, itibar ölçüm yöntemleri ve vaka analizlerinden oluŐmaktadır.

HIR 346 MARKA İLETİŞİMİ(3-0) 3 AKTS (ZORUNLU)

Ders kapsamında marka kavramına ait temel kavramlar anlatılıp, küresel ölçekte markanın ne olduğu, marka değerinin nasıl ölçüldüğü, marka yönetiminin uygulanması sürecinde bütünleşik pazarlama iletişimi çabalarını temel alarak marka yönetim sürecinin analiz edilerek yeni marka yaratmanın aŐamaları üzerinde durulacaktır.

HIR 336 REKLAM YAZARLIĞI (3-0) 3 AKTS (ZORUNLU)

Reklam ajanslarının amacı reklam verenlerin talepleri doğrultusunda yaratıcı reklamlar tasarlamaktır. Farklı bölümlerden oluŐan reklam ajanslarında reklamları tasarlayan birim yaratıcı departman olarak adlandırılır. Bu departman sanat yönetmenleri ve metin yazarlarından oluŐur. Bu birinde çalıŐanlar reklam fikirlerinin geliŐtirilmesiyle ve farklı mecralarda uygulanabilir çözümler üretmekle sorumludur. Reklam Yazarlığı dersiniz amacı reklam veren tarafından gönderilen brief çerçevesinde reklam fikri üretilmesi, fikrin farklı mecralara uygun hale getirilmesi ve uygulanması süreçleri hakkında öğrencilerin bilgi ve beceri düzeylerini artırmaktır.

GNL 302 STAJ 2 (2-0) 3 AKTS (ZORUNLU)

Ders  ğrencilerin kurumsal iletişim, halkla ilişkiler ya da reklam alanındaki bölümlerde ya da ajanslarda yapacakları uygulamaya dayalı iş deneyimini içermektedir.

HIR 417 HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAM KAMPANYALARI (3-0) 5 AKTS (ZORUNLU)

"Halkla İlişkiler ve Reklam Kampanyaları" dersi, öğrencilerin yaratıcı halkla ilişkiler ve reklam kampanyaları tasarlama becerisini geliŐtirmeyi amaçlar. Kampanya sürecinin araŐtırma, planlama, uygulama ve değerlendirme aŐamaları işlenir. Öğrenciler, gerçek vaka analizleriyle uygulamalı proje geliŐtirirler.



**T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

MIS 407 İNTERNET VE İLETİŞİM HUKUKU (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Bu derste iletişim hukuku, eser, eser çeşitleri, fikri haklar, eser sahibi, eser sahibinin hakları, işleme eser ve yeni medyada hukuk konusu işlenmektedir. İletişim ve kitle iletişim hukuku ile ilgili temel kavramlar, kitle iletişim özgürlüğü kavramı, Türk basın hukuku hakkında temel kavramlar, Türkiye’de radyo ve televizyonun hukukî rejimi, Türkiye’de sinemanın hukukî rejimi, Türkiye’de internetin hukukî rejimi ele alınmaktadır.

MIS 457 İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Bu ders sosyoloji ve medya ilişkisine dair temel kuram ve yaklaşımları tartışarak, modern dünyada toplumsallaşma, topluluk sorunları, sosyokültürel ve politik normların yerleşmesi, günlük hayatın tanzimi, kimliğin inşası gibi meselelerde iletişimin rolünün kavranmasını amaçlar. 20. yüzyıldan bugüne dek iletişim çalışmaları, medya ve sosyal etkileşim biçimlerine ilişkin temel akımlar ve tartışmalar bu dersin konusudur.

ILF 407 İŞ GÜVENLİĞİ VE SAĞLIĞI (2-0) 3 AKTS (ZORUNLU)

Dersin içeriğini 6331 sayılı İş Sağlığı Güvenliği Kanunu, iş kazası ve korunma yöntemleri, yangın, KKD ve faydaları, gürültünün zararları, ergonomi, sektörel risk faktörleri, uyarı ikaz işaretleri, risk değerlendirme ve uygulanmaları ile acil durum ve ekipleri oluşturmaktadır.

İLİF 418 İLETİŞİM ETİĞİ(3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Bu ders etik, iletişim etiği kavramları ve medya alanından örnek olaylar hakkında bilgi vermeyi amaçlamaktadır. Mesleki etik kurallarını ve kitle iletişim araçlarının işleyişine ilişkin etik kararları, politika ve prosedürleri, basın etiğini, öz denetimi öğretmek amacıyla verilir. Öğrenciler etik kavramıyla ilgili tartışmalara katılabilir, farklı iletişim ortamlarını karşılaştırır, iletişim etiğinin çalışma alanlarını açıklar, gazetecilikte sık karşılaşılan etik ikilemlerden örnekler verir ve karar alma süreçlerinin işleyişindeki etik sorunları ve çözüm önerilerini tartışabilir.

HIR 408 MEZUNİYET TEZİ (1-4) 5 AKTS (ZORUNLU)

Öğrenciler bu derste, öğrenimleri süresince teorik olarak öğrendiklerini kullanarak bir proje uygulaması gerçekleştirmektedirler.

İLİF 340 İLETİŞİM FELSEFESİ (3-0) 4 AKTS (ZORUNLU)

Bu ders, iletişim felsefesinin temel düşünsel kaynaklarının ortaya çıkış sürecini ve gelişim eğilimini günümüz iletişim alanlarını açıklayacak esasta ortaya koymaktadır. Eski Yunan felsefesi, Ortaçağ ve Yeniçağ felsefeleri, Modern felsefe, Post-modern felsefe, iletişim biliminin felsefi temelleri, sözlü kültür ve yazılı kültür, tipografik ve elektronik kültür, dijital kültür ve iletişim kültürü ele alınmaktadır. Ders, öncelikle sosyal bilimlerin felsefesi ve retoriksel pratiği üzerine bir çerçeve kurarak dersin yürüyeceği kavramsal zemini kurar. Yorum kavramını merkeze alarak yorumun rolü ve işlevlerinden hareketle



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

İletişimin yorumla ilişkisini belirlemeye çalışır. Eleştirinin rol ve işlevine odaklanır. Teori ve Meta-teori perspektifinden iletişimin güncel felsefi durumunu resmetmeye çalışır.

HIR 2103 ETKİLİ SUNUM TEKNİKLERİ (2-2) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Akademik kariyerin ve iş hayatının en önemli unsurlarından biri şüphesiz ki sunumlardır. Etkili Sunum Teknikleri dersinde başarılı sunumlar tasarlama ve gerçekleştirmenin yolları araştırılmaktadır. Bu  er eve de dersin içeriğini kiŐisel ve kurumsal sunum dosyalarının oluŐturulması için ön hazırlık yapılması, sunum dosyalarının oluŐturulması için gerekli araç-gereçlerin belirlenmesi, içeriğin oluŐturulması, sunumun gerçekleştirilmesi gibi konular oluŐurmaktadır

HIR 2123 POPÜLER KÜLTÜR (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Ders popüler kültür alanındaki güncel konularla, popüler kültüre odaklanan akademik ekolleri incelemekte ve bu bilgileri Türkiye'nin kültürel analizi için işlevselleştirmektedir. Gündelik hayat ve popüler kültür arasında ilişkiyi açıklamak ve kültür kavramının farklı yönlerini ortaya koymak dersin amaçları arasındadır. Bunun yanında ders kapsamında kültürel ürünler ile ticarileŐme arasındaki ilişkiyi açıklanır. Medya içerikleri analiz edilir. İzleyici medya ilişkisi üzerine olan literatür ışığında izleyici analizleri yapılır.

HIR 2133 REKLAMDA CİNSİYET VE KUŐAK ARAŐTIRMALARI (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Bu dersin içeriğini cinsiyet, toplumsal cinsiyet, X,Y,Z ve Alfa KuŐaklarının ne olduğu, bu alana yönelik dünya ve Türkiye'de araŐtırmalar oluŐurmaktadır.

HIR 2143 KİŐİLERARASI İLETİŞİM VE DİKSİYON (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Doğru ve etkili iletişim tekniklerini açıklanacaktır. ÖĞrencilerin ortama ve kiŐiye uygun konuŐmalar yapabilme yeteneğini kazanması, topluluk önünde güzel ve etkili konuŐabilmelerinin sağlanması amaçlanmaktadır. Doğru nefes alma, diyafram nefesi ve nefes alma çalışmaları, konuŐma sırasında sıkça yapılan yanlışlar, Türkçe de okunuŐları yazılıŐından farklı kelimeler ve telaffuzları öğretilecektir.

MIS 2133 MEDYA VE ÇOCUK (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Medya  reticisi ve tüketicisi olarak çocuklar, medya ve  ocuk ilişkisinin olumlu olumsuz yönleri, medya,  ocuk ve őiddet, medya  ocuk ve őiddet konusuna farklı bakıŐlar, medya  ocuk ve öğrenme, teknoloji bağımlılığı, ekran süresi ve  ocuk, sosyal medya ve öğrenme ilişkisi,  ocuk ve gençlere yönelik siber zorbalık, medyada öğretici içerik örnekleri, medyada  ocuk hakları gündemi, medya okuryazarlığı eğitimi, çocuklar ve medya ilişkisinde yapıcı yaklaŐımlar bu dersin içeriğini oluŐurmaktadır.

MIS 2173 GÖRÜNTÜ VE SES İŞLEME (2-2) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Televizyon ve yeni medya ortamına yönelik; görüntü ve ses düzenlemek, video oluŐurma süreçlerini uygulamalı olarak deneyimlemek dersin amacını oluŐurmaktadır.



T.C. İSTANBUL T CARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ

MIS 2103 ANİMASYON TEKNİĞİNE GİRİŐ (2-2) 5 AKTS (SEÇMELİ)

3D animasyon temelleri. 3D modelleme. Aydınlatma. Timeline ve key kullanımı. Render ve Materyal paneli kullanımı

HIR 2113 SÖYLEM ÇÖZÜMLEMELERİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Bu ders öğrencilerin medya, iktidar, ideoloji ve söylem arasındaki bağlantıyı anlamalarını amaçlamaktadır. İktidar, ideoloji kavramları, anlamlandırma süreci, söylem kavramı, söylem analizi yöntemleri dersin içeriğini oluşturmaktadır.

ISL 201 İŐLETMEYE GİRİŐ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

İŐletme ve Yönetimin Temel Kavramları, Amaçları ve  evre ile İlişkileri: Temel kavramlar, İŐletmenin amaçları, Ekonomik yapı içindeki yeri, Yönetici ve giriŐimci arasındaki fark; İŐletmelerin Sınıflandırılması: Büyüklük, Mülkiyet, Hukuki yapı vb. açısından sınıflandırma; İŐletmelerin KuruluŐ  alıŐmaları, Büyüklüğü ve Kapasitesi: KuruluŐ aŐamaları, Yer seçimi, Büyüklüğünün belirlenmesi, Kapasite; İŐletme Fonksiyonları: Yönetim, Organizasyon, Kontrol, Planlama; Organizasyonun İŐleyiŐi: Liderlik ve yönetim, Stratejik yönetim, DeđiŐim, Gruplar, Motivasyon.

PSY 200 PSİKOLOĞİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Psikoloji ve Yaşam/ AraŐtırma Yöntemleri/ İstatistik/ DavranıŐın Biyolojik Temelleri/ Duyu/ Algı/ BiliŐsel Süreçler/  ğrenme/  ğrenme Teorileri, Bozuklukları/ Bellek I/ Bellek II/ Zek / Zek   l me ve Değerlendirme/Bilinç Durumları/ Yaşam Boyu GeలిŐim/ KiŐilik/ Düşünme, dil ve zek / Zek / Sağlık ve Stres/ Psikolojik Bozukluklar/ Psikolojik Bozukluklar ve Tedavisi/ Sosyal Psikoloji.

HIR 2104 HALKLA İLİŞKİLER TARİHİ(3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Türkiye’de halkla ilişkiler tarihinin özetlenmesi, ana akım halkla ilişkiler tarihinin eleŐtirisi, çeşitli ülkelerin halkla ilişkiler tarihlerinin karŐılaŐtırmalı olarak incelenmesi

HIR 2114 MARKALAMA VE KONUMLANDIRMA (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Marka konumlandırma stratejileri, marka farklılaŐması, marka oluşturma, marka iletişimi gibi markalama ve konumlandırma açısından önemi bulunan konular üzerine bir derstir. Teorik altyapı ardından piyasadan örneklerle bilgiler pekiŐtirilir. Markalama ve konumlandırma süreçlerini, marka mimarisinin oluŐturulmasını, markalama pazarlama ilişkisini ve pazarlama iletiŐiminde marka olgusunun yerini izah etmeye odaklanılmaktadır. Marka platformu oluŐturmak, marka unsurlarını öğrenmek, marka konumlandırmanın nasıl yapılacağını öğrenmek, dersin kazandıracadı temel beceriler arasındadır.

MIS 2184 İNTERNET YAYINCILIĞİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Dijital ortamda içerik üretimi, yayınlanması ve dağıtımı süreçlerini ele alır. Ders, internet tabanlı medya platformlarının iŐleyiŐini, kullanıcı etkileŐimlerini ve dijital yayıncılık stratejilerini inceleyerek öğrencilere uygulamalı bilgiler kazandırmayı hedefler.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

HIR 2134 İLETİŞİM VE SOSYAL FAYDA (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Sosyal sorumluluk ve sosyal fayda ilişkisi, sosyal sorumluluk alanları ve uygulama yöntemleri, sosyal faydanın toplumsal yararları, sosyal sorumluluk projelerinin amaç ve kapsamı, sosyal sorumluluk projelerinin hukuki yapısı ve sosyal sorumluluk-sosyal medya entegrasyonu ele alınmaktadır.

HIR 2144 REKLAM YÖNETİMİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Reklamcılık reklam verenden başlayıp reklam ajansı, medya ajansı, prodüksiyon şirketi ve diğer bazı aktörleri de içine alan ve çeşitli süreçlerden oluŐan bir sektördür. Reklam Yönetimi dersinde bu süreçlerin başarılı biçimde yönetimi için yapılması gerekenler çoğunlukla reklam ajansı perspektifinden ele alınmakta ve öğrenciler genel olarak sektörle ilgili özel olarak da reklam ajansının iŐleyiŐiyle ilgili bilgilendirilmektedir.

HIR 2154 MÜŐTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ(3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

MüŐteri İlişkileri Yönetimi Kavramı/ MüŐteri İlişkileri Yönetiminin Amacı/ MüŐteri İlişkileri Yönetimi Süreci/ M Y'nin İŐletmelere Sağladığı Yazarlar/ M Y'nin Pazarlama Faaliyetlerine Katkıları/ MüŐteri ilişkilerinde Yapılan Temel Hatalar/ Orta ve Küçük  l ekli İŐletmelerde MüŐteri İlişkileri Yönetimi/ MüŐteri Stratejisi Hazırlama Sürecinde M Y/ E-İŐletme/ M Y İlişkisi/ M Y'de Başarı Prensipleri/ MüŐteri ilişkilerinin  l  lmesi/ M Y Teknolojileri.

HIR 2164 GÖSTERGEBİLİM (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Görsellik olgularını göstergebilimsel yöntem kullanılarak deĐiŐik cepheleriyle irdeleyen göstergebilim dersi; göstergebilimin yöntemsel yaklaŐımlarından yararlanılarak resim, heykel, fotoğraf, tiyatro, sinema gibi görsel sanatlardan görüntü sanatlarına, plastik sanatlara, oradan dijital sanatlara dek uzanan görsel iletişim ve görsel kültür konu ve olgularını çeşitli örnekler eŐliĐinde ders kapsamında ele alır.

HIR 2174 AJANS YÖNETİMİ (2-2) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Dersin içeriği ajans yönetimi ve iŐleyiŐi, ajanslarda bulunan departmanlar ve görevleri hakkında temel bilgileri içeren bir müfredattan oluŐmaktadır.

HIR 2184 TURİZMDE HEDEF MEKAN PAZARLAMA VE REKLAMCILIĞI (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Destinasyon pazarlama yönetimi, turizmde destinasyon pazarlaması, destinasyon ve markalaŐma, t rizm iletişim stratejileri

ULI 222 UYGARLIK TARİHİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Tarihin akıŐı içinde uluslararası ilişkilerin döngüsünü keşfetmek, Dünya siyasetinin cereyan ettiği eksenini anlayabilmek, medeniyetleri oluŐturan faktörleri tanımak, günümüz uygarlığının őifrelerini çözmek, küresel toplumun geleceğine ilişkin bilimsel veriler toplamak, Türkiye'nin medeniyet tarihindeki konumunu belirginleŐtirmek.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

ULI 236 TÜRKİYE’NİN SİYASİ VE İDARİ YAPISI (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Türkiye’nin siyasi ve idari yapısını anlamak, farklı lisans programlarından mezun olacak her  ğrenci için önemlidir. Bu ders,  ğrencilere Türkiye’nin siyasi manzarasına dair genel bir bakış kazandırmak amacıyla Türkiye’de yönetim anlayışını belirleyen temel ilkeler ve kavramları, tarihsel süreklilik ve kırılmalar bağlamında farklı dönemlerde uygulanan h k met sistemi modellerini, devlet ve hukuk nosyonunun oluőumunu, demokratikleőme çabaları ve bunları sekteye uğratan askeri darbeler gibi siyasi yapıyı etkileyen süreçleri ve siyasal partiler, medya, sivil toplum gibi aktörleri ele alınmaktadır. Ayrıca günümüzde yaşanan siyasal ve idari dönüőüm incelenmektedir.

MIS 229 KAMERA KULLANIM TEKNİKLERİ (2-2) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Kamera tanımı kameranın gelişim süreci, pozlama ve pozlamayı etkileyen faktörler, kamera  eőitleri ve kullanım alanları, eng kameranın ana parçaları ve çalışma prensipleri, aynasız kameraların ana parçaları ve çalışma prensipleri, objektif  eőitleri, kompozisyon ögeleri, plan/çekim ölçekleri, kamera hareketleri, gimbal ve slider kullanımı, kamerada temel ses ayarları ve ses paneli, temel jimmy jib kullanımı, temel aydınlatma teknikleri bu dersin içeriğini oluőurmaktadır.

HIR 3105 DUYGUSAL ZEK  YÖNETİMİ VE LİDERLİK (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Bu derste duygusal zek  ve biliősel zek  arasındaki farklılıklar, duygusal zek nın gündelik hayattaki ve iş hayatındaki önemi, liderlik konusunda duygusal zekanın yeri ve rolü, duygusal zek yı geliőtirici öneriler ve duygusal zek  ölçekleri yer almaktadır.

HIR 3115 KRİZ İLETİŞİMİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Krizin tanımı ve özellikleri, krizin evreleri, kriz  eőitleri, kriz iletişimi ve kriz yönetimi, kriz öncesi iletişim, kriz esnasında iletişim, kriz sonrası iletişim, kriz teorileri, sosyal medyada kriz iletişimi, kriz iletişimi ve kurumsal itibar.

HIR 3125 DİJİTAL PAZARLAMA (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Bu derste dijital pazarlama kampanyaları temelinde dijitalleőmenin pazarlama üzerindeki etkileri avantaj ve dezavantajları ile tartıőılacaktır. Dersin amacı  ğrencilerin İnternet Reklamcılığı (Google - Facebook - Twitter - Instagram Reklamcılığı), arama motoru optimizasyonu ve reklamcılığı, e-posta pazarlama,  evrimi i itibar yönetimi gibi temel dijital pazarlama araçlarıyla ilgili uygulamalı bilgi edinmesidir.

HIR 3135 DİJİTALLEŐME VE TOPLUM (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Dersin amacı dijital dünyada deđiően yapıları öğrencinin düőünmesini ve eleőtirmesini sağlamaktır. Ayrıca dijitalleőmenin ekonomi, siyaset, sanat, eğitim gibi toplumsal kurumlarda meydana getirdiği deđiőimi tartıőılmaktadır.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

HIR 3145 HİK YE TASARIMI (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Binlerce yıldır farklı biçimlerde nesilden nesile aktarılan hik yeler kültürlerin en önemli unsurlarındandır. Günümüzde de iletişim alanının çeşitli disiplinlerinde farklı türde hik yelere rastlanmaya devam edilmektedir. Hik ye Tasarımı dersinde hik yelerin çeşitli unsurları incelenmekte ve bunların farklı alanlardaki kullanımları üzerine tartışmalar gerçekleŐtirilmektedir.

HIR 3155 İÇERİKLERDE MARKA UYUMU (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Markaların içerik stratejilerinde bütünlük sağlamaları için gerekli yöntemler öğretilir. Marka kimliği, tonlama, görsel dil ve hik ye anlatımı unsurları üzerinden markanın diğital medyada tutarlılığı ele alınır.

HIR 3165 İLETİŞİM YÖNETİMİNDE GÖRSELLİK (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

İletişim yönetiminde görsel unsurların kullanılması trendinin tarihi gelişim sürecini anlatmak ve görsel kullanımın toplum üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri konusunda bilgilendirme

HIR 3175 KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Ders kapsamında öncelikle kültür kavramının ne olduğu açıklanarak, kültürlerarası iletişimin önemi ve karşılaşılan sorunlara değinilmektedir. Ayrıca derste, kültürel kimlik, kültürel önyargılar, kültürlerarası sözel ve sözel olmayan iletişimin özellikleri incelenmektedir. Bunların sonrasında ise küreselleŐme olgusu ve iŐletmelerin küresel pazarlara açılma stratejileri ele alınmaktadır.

MIS 195 MEDYADA YAPIM YÖNETİM (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Medya içeriklerinin üretim süreçlerini, planlama, organizasyon ve yönetim aŐamalarını ele alır. Ders, televizyon, sinema, radyo ve diğital medya projelerinin yaratıcı ve teknik yönlerini detaylandırarak, öğrencilerin yapım süreçlerini profesyonel bir perspektifle yönetme becerisi kazanmasını hedefler.

HIR 3185 MEDYA VE TEMSİL (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Medyada yer alan toplumsal temsillerin ve bu temsillerin ortaya koyduğu kimliklerin detaylı olarak anlaŐılabilmesi ve analiz edilebilmesi için gerekli teorik bakış açısını sunan bir derstir.

HIR 3116 REKLAM SÖYLEMİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Reklamdaki söylemi ortaya çıkartmak, çeşitli konularda reklamlarda üretilen reklam söylemleri, reklamda tüketim söylemi ele alınmaktadır.

HIR 3126 SOSYAL AĐ ANALİZİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

AĐ Bilimi ve sosyal ağlar, temel kavramlar, temel kavramlar, aė türleri, sosyal ağlarda roller, sosyal ağlarda akıŐ, sosyal ağların görselleŐtirilmesi, sosyal aė verilerinin analizine ilişkin temel yaklaŐımlar, bilgi ve etkinin sosyal ağlarda yayılımı, Pajek, Netdraw, Ucinet gibi programların kullanımı öğretilmektedir.



T.C. İSTANBUL T CARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ

HIR 3136 TOPLUMSAL HAREKETLER VE AKTİVİZM (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Toplumsal hareketlerin nedenlerini öğrenmek. Aktivist hareketler hakkında genel bilgiye sahip olmak. Toplumsal hareketler ve farklı konulara ilişkin aktivizm biçimleri.

HIR 3146 REKLAM ÇEKİCİLİKLERİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Reklam mesajları tasarlanırken içeriğin hedef kitle üzerindeki etkisini artırmak amacıyla çeşitli  ekicilikler kullanılmaktadır. Reklam verenin talepleri ve hedef kitlenin özellikleri dikkate alınarak kullanılan bu  ekicilikler arasında  ne çıkanlar mizah, korku, cinsellik, ekoloji, milliyetçilik, bireysellik, kolektivizm, sağlık gibi  ekiciliklerdir. Reklam  ekicilikleri dersinde bu çekiciliklerin doğası hakkında bilgi verilmekte ve reklamlarda ne şekilde kullanıldıkları başarılı reklam  rnekləri üzerinden incelenmektedir.

HIR 3156 ÜRÜN YERLEŐTİRME (2-2) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Dersin içeriği ürün yerleŐtirme uygulamalarının çıkış noktası olan bilin st  reklamlardan giriŐ yapıp, pazarlama iletiŐimindeki yeri, tarihsel gelişim süreci, pazarlama iletişimi açısından önemi, çeŐitlerine göre yarattığı etki ve tepkiler, uygulamalarına göre stratejileri, ürün yerleŐtirme sürecinde etkili olan birimler, aŐamasal süreçler, ürün yerleŐtirme önerisinin hazırlanıŐı, yasal yaptırımlar ve uygulamalarda dikkat edilmesi gereken unsurlardan oluŐmaktadır.

HIR 3166 SPONSORLUK VE ETKİNLİK YÖNETİMİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Sponsorluğın tanımı, gelişimi,  eŐitleri, sponsorluk planlaması, örnek sponsorluk projeleri, etkinlik tanımı ve  eŐitleri, etkinlik planlaması, örnek etkinlik projeleri.

HIR 3186 HİZMET SEKTÖRÜNDE PAZARLAMA İLETİŞİMİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Pazarlama iletiŐiminin hizmet sektörü açısından önemi, hizmet sektörü odaklı pazarlama iletişimi, tüketiciler iletişimi, müŐteri memnuniyeti, hizmet sektöründe rekabet konularının ele alındığı; özel olarak Türkiye őartlarında hizmet sektörünün őartlarının incelendiği bir derstir.

MIS 3166 MEDYA PLANLAMASI (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Ders, medya planlama alanına bir giriŐ özelliği taŐımaktadır. Medya planlama ile ilgili temel kavramların anlatılması ve medya planlama sürecindeki temel ölçüm teknikleri ve sektör araŐtırmalarına dair bilgilendirmeleri içerir.

HIR 3196 HALKLA İLİŐKİLERDE YAPAY ZEKA KULLANIMI (3-0) 5 (SEÇMELİ)

Bu dersin amacı, halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yapay zek  tabanlı ajanların (AI agents) kullanımını öğretmektir. ÖĞrenciler, sürükle-bırak (no-code) platformları ( zellikle n8n) kullanarak çeşitli halkla ilişkiler uygulamaları için AI ajanları tasarlayıp uygulayabilecek, sosyal medya yönetimi, medya takibi, veri analizi, chatbot ve sesli asistan gibi araçlarla halkla ilişkiler süreçlerini otomatikleŐtirmeyi öğrenerek dijital iletişim becerilerini geliŐtireceklerdir.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

HIR 3176 ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Uluslararası iletişim, uluslararası halkla ilişkiler, kültürlerarası iletişim, halkla ilişkiler ve uluslararası iletişim konularını detaylıca ele alan bir derstir.

HIR 4107 PAZARLAMA VE REKLAM ARAŐTIRMALARI (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Bu ders araŐtırma sürecinin aŐamalarını, pazar araŐtırma yöntemlerini, örneklemede izlenen aŐamaları, anket formu hazırlama ilkeleri ve ölçekleme yöntemini  ğretir. Verilerin cetvelenmesi, kodlama ve verilerin sayımını öğrenmek ve analizini ve yorumunu yapabilmek bu dersin içeriğini oluşturmaktadır. Bu ders kapsamında araŐtırma  nerisi hazırlayabilme, yürütebilme, ölçebilme ve geliştirme öğretilmektedir.

HIR 4117 EĞLENCE PAZARLAMASI (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Dersin amacı bağlamında rekreasyonel alıŐveriŐ, spor, kültür ve sanat, televizyon ve sinema, internet, bilgisayar ve video oyunlarını eğlence halkla ilişkileri açısından incelenecektir.

HIR 4127 PORTFOLYO TASARIMI (2-2) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Portföy Tasarımı dersi, iletişim fakültesi  ğrencilerinin kiŐisel ve profesyonel portföylerini oluŐturarak iş dünyasına hazırlanmalarını hedefler. Ders,  ğrencilerin yaratıcı projelerini sergileyebilecekleri görsel ve içerik tasarımlarını en iyi Şekilde yapmalarını sağlar. Grafik tasarım prensipleri, tipografi, sayfa düzeni ve görsel hiyerarŐi gibi temel konular ders kapsamında ele alınır. Ayrıca, dijital platformlar için portföy oluşturma ve web tabanlı portföy araçlarını kullanma yöntemleri öğretilir. Uygulamalı çalışmalarla öğrenciler, sektörel standartlara uygun portföyler hazırlama fırsatı bulur. Vaka analizleri ve örnek portföy incelemeleriyle desteklenen ders, öğrencilerin kendilerini etkili bir Şekilde tanıtımalarına yardımcı olur. Bu ders, mezuniyet sonrası kariyer hedeflerine ulaŐmak isteyen öğrenciler için kritik bir öneme sahiptir.

IR 4137 GERİLLA REKLAMCILIK (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Gerilla reklamcılık, kamusal alanın bir reklam sahasına çevrilmesi ve tüketicilerin hiç beklemedikleri yerlerde ve zamanlarda reklamla buluŐturulması iŐidir. Özellikle Şehir nüfusunun artıŐı ve kozmopolit metropollerde yaŐayan çok sayıda tüketicinin günümüz asimetrik medya düzeninde iletişim akıŐının yoğunluğu nedeniyle mesajları gürültü olarak algılamaya baŐlamasıyla önem kazanmıŐtır. Bu ders gerilla reklamcılığın ortaya çıkış nedenleri ve pazarlamada nasıl kullanıldığını ünlü vakalar üzerinden işleme amacındadır.

HIR 4147 SAğLIK VE SPOR İLETİŞİMİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Sağlık iletişimi faaliyetleri geliŐtirebilmek üzere kullanılan yöntem ve stratejilerin öğrenilmesi, medya kampanyalarında kullanılan yöntem ve araçların sağlık iletişimi perspektifinden değerlendirilmesi, sağlık iletişimi konularına ilişkin eleştirel düşünme biçiminin geliŐtirilmesi bu dersin içeriğini oluşturmaktadır. Sağlık iletişimi ve spor iletişimi kavramları, özellikleri, faaliyet alanları, kuram ve modelleri, sponsorluk faaliyetlerini planlama gibi konular ele alınmaktadır.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

HIR 4157 SİVİL TOPLUM KURULUŐLARI İLETİŞİMİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Sivil toplum kuruluşlarında iletişim yönetiminin nasıl yapıldığının öğrenilmesi amaçlanmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarında iletişim yönetimi, kampanya hazırlama, paydaő ilişkileri ders kapsamında ele alınmaktadır.

HIR 4167 ŞEHİR İLETİŞİMİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Őehirler hem aracılanmış hem de aracısız iletişim süreçleri tarafından belirlenen sosyo-kültürel yaşam alanlarıdır. Kentsel iletişim ile kentsel iletişim yönetimi olgularına farkındalık sağlamayı amaçlayan ders, kentsel iletişim kapsamında gerçekleően değişik kentsel iletişim olgu ve ortamlarının anlaőılmasını sağlayarak, iletişim tabanlı kentsel politikaları, kentsel yaşam kalitesini, kentsel yaşam kültürünü, kentsel iletişim söylemini, kentsel iletişim yönetimini, kentsel marka çalıőmalarını ders içeriği olarak belirlemektedir.

HIR 4177 MESLEKİ YAZARLIK (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Kiőiler ve kurumlar arası iletişimin en sık kullanılan yöntemlerinden biri şüphesiz ki yazmaktır. Çalıőanlar gerek kurum içerisinde gerek diğer kurumlarla çoğunlukla yazarak iletişim kurarlar. Öyle ki bazı sektörlerde yazar olarak uzmanlaőan kiőiler söz konusudur. Bununla birlikte yazınsal sanatlar da kültürümüzün bir parçasıdır. Derste sanatsal ya da sektörel anlamda öğrencilerin yazma becerilerinin geliőtirilmesi amaçlanmaktadır.

HIR 4187 TRANSMEDYA ANLATILARI (2-2) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Dersin içeriği; transmedya anlatılarının kavramsal boyutu, tarihsel süreci, hik ye oluşturma aőamaları, medyalararası kurduğu iletişim; postmodern anlatıların medya ve marka etkileőimi gibi konular oluşturmaktadır.

HIR 4197 HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAM ÇALIŐMALARINDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLETİŞİMİ((3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Sürdürülebilirlik kavramı, Sürdürülebilir Kalkınma , Kurumsal Sürdürülebilirliğin İlkeleri , Sürdürülebilirlik İletişimi , Sürdürülebilirlik İletişimi'nin Temel  zellikleri , Sürdürülebilirlik Raporlaması Standartları Sürdürülebilirlik Endeksleri , Sürdürülebilirlik ve Halkla İlişkiler , Sürdürülebilirlik ve Reklam

HIR 4207 REKLAMCILIKTA YAPAY ZEKA KULLANIMI((3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Bu ders, reklamcılık sektöründe yapay zek  (YZ) teknolojilerinin rolünü ve etkilerini kapsamlı biçimde ele almayı amaçlamaktadır. Ders kapsamında yapay zek nın temel prensiplerinden başlayarak, reklam stratejilerinde nasıl kullanıldığı incelenecektir. ÖĞrenciler, veri analizi, hedef kitle segmentasyonu, medya planlama ve satın alma, kiőiselleőtirilmiş reklam  nerileri, içerik üretimi ve kampanya optimizasyonu gibi alanlarda YZ'nin katkılarını öğreneceklerdir.



T.C. İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ

HIR 4217 TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Bu dersin amacı, öğrencilerin tüketici davranışlarını, pazarlamacı bakış açısıyla kavramasını sağlamaktır. Ders kapsamında tüketicilerin karar verme süreçlerinin, bu süreci ve davranışlarını etkileyen içsel ve dışsal faktörlerin nasıl farklılaşacağı ve bu farklılıkların firmaların pazarlama stratejilerini nasıl etkileyeceğinin anlaşılması hedeflenmektedir. Ayrıca, günümüz dünyasında aşırı tüketimin yol açtığı tüketim toplumu kavramı da ders konuları içinde ele alınarak, eleştirel bakış açısı kazandırılmaya çalışılacaktır.

HIR 4227 İÇERİK YÖNETİMİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Ders dijital platformlarda nitelikli içerik üretimi ve yönetimi konusunu kapsamaktadır. İçerik yönetim sisteminin kurulumu, site yönetimi ve sistem yönetim işlemleri öğretilmektedir.

GNL 100 AKADEMİK BAŞARI VE HAYAT BECERİLERİ (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Akademik Başarı ve Hayat Becerileri, İstanbul Ticaret Üniversitesi ve üniversite içi iletişim, Liseden Üniversiteye Geçiş, Etkili sunum teknikleri, stresle başa çıkmak, eleştirel düşünme, zaman yönetimi, kendini tanımak, hedef belirlemek, değerlendirme

GNL 112 ŞEHİR KÜLTÜR VE İSTANBUL (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Şehir ve kültür kavramlarını, şehir yaşamına ait değerleri tanımak; şehir ve kültür kavramları bağlamında İslam/Osmanlı kültürünün başkenti İstanbul'u genel özelliklerini (mimarisi, sanatı, düşüncesi, gündelik yaşam tarzları, ekonomi-politiği vb) seçilen örnekler üzerinden incelemek. Kültür ve benlik kavramlarının antropolojik, felsefi, tarihsel arka planları; kültür ve benliğin psikoloji ve diğer sosyal bilimlerle etkileşimleri.

GNL 114 MEDENİYET VE TOPLUM (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Medeniyet kavramını ve önemini ortaya koymak, medeniyetin kişi ve toplum üzerindeki hayati önemini belirlemek, medeniyetlerin ortaya çıkışındaki temel felsefe ve anlayışları kavramak, medeniyet oluşumunda kültür, inanç ve geleneklerin rollerini belirtmek, günümüz dünyasında medeniyet anlayışları ile toplumsal problemlerin çözümü arasında bağlar kurmak. Tarım devrimi, Yakın Doğu ve Asya'da ilk medeniyetlerin yükselişi, Yunan ve Helenistik medeniyetin doğuşu ve gelişimi, Roma medeniyeti, İslam medeniyetinin doğuşu ve gelişimi, Batı'da Ortaçağ, Rönesans ve Reform çağları, Aydınlanma ve sonrası modern dönem medeniyetinde siyasi, sosyal ve ekonomik anlamda yaşanan dönüşümler.

GNL 351 TÜRKİYE'DE SİYASET (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Derste siyaset bilimleri çerçevesinde siyaset, devlet, toplumsal sınıflar, iktidar, egemenlik gibi temel kavramlar açıklanır. Türklerin ilk kurulan devletlerinden Osmanlı Devleti'ne ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan günümüze değin Türk siyaseti tüm yönleriyle ele alınır. Türk siyasetinde kadınlar, gençler, azınlıklar, kentleşme, güzel sanatlar, medya gibi konular ayrıca odaklanılarak incelenir.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

GNL 353 AVRASYA'DA KÜLTÜR VE SİYASET (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Bu ders, Avrasya kavramının geçmiŐten günümüze deĐiŐen/yenilenen jeopolitik, jeoekonomik ve jeokültürel anlamlarına kapsamlı bir bakış oluŐturmak için tasarlanmıştır. Avrasya'yı çoklu merkezlerden oluŐan bir bütün olarak anlamanın kavramsal/tanımsal yönlerini ve çerçevesini tanıtmaya yönelik içerikler esas alınacaktır. Kıtadaki temel dinamikleri belirleyen Avrasya g  lerine ve (devlet ve devlet-dıŐı) aktörlerine yoğun bir vurgu yaparak bölgenin kültürel kodlarını  ne çıkartarak en önemli konuları tanıtmakta ve tarihi süreçte kültürel birikimler temelinde bölgesel, alt-bölgesel ve küresel karŐılaŐtırmalı bir bakış açısına baŐvurmaktadır.

GNL 356 TÜRKİYE'DE G   VE G   POLİTİKALARI(3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

G   teorileri, Türkiye'de i  ve dıŐ göç tarihi, g   politikalarının tarihsel deĐiŐimi, nüfus ve nüfus konuları, kimlik, kültürel deĐiŐme ve bütünleŐme.

GNL 357 BAĞIMLILIK VE BAĞIMLILIK İLE MÜCADELE (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Bağımlılıkla Mücadele Politikalarına GiriŐ, YönetiŐim, 5c kavramları, Tütün Kontrol  er eve SözleŐmesi (TK S) ve Global Tütün Bağımlılığı Mücadelesi, Türkiye'nin T t nle Mücadelesi ve MPOWER Uygulamaları, Global Alkol Politikaları ve Türkiye Uygulamaları, DavranıŐsal Bağımlılıklar, UyuŐturucuyla Mücadelede Global YaklaŐımlar, Bağımlılıkla Mücadelede  nleme Politikaları, Türkiye'de UyuŐturucuyla Mücadele Politikaları, Rehabilitasyonda Dünya Uygulamaları ve Türkiye  rneği, Bağımlılıklarla Mücadele Politikalarında Sivil Toplumun Rolü, Sağlık iletişimi yaklaşımları bu dersin içeriğini oluŐurmaktadır.

GNL 365 ENERJİ, SU, ÇEVRE VE TOPLUM (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Enerji kavramı ve temel enerji birimleri, Enerji türleri ve enerji dönüŐümleri, Küresel enerji kaynakları, Yenilenemez enerji kaynakları Yenilenebilir enerji kaynakları, Enerji kaynaklarının kalkınmadaki  nemi, Sürdürülebilir bir kalkınmada enerji kaynaklarının rolü, Enerji kaynaklarının küresel etkileri, Küresel ısınma, Sürdürülebilir  evre ve yaşam.

GNL 362 SOSYAL B LİMLERDE TEMEL KAVRAMLAR(3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Sosyoloji, toplum, kültür, ekonomik düzen, din ve toplum, siyaset, aile, medya, küreselleŐme

GNL 363 EĞİTİMDE TEMEL KAVRAMLAR(3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

EĞitim ve öğretimle ilgili temel kavramlar, eğitim, öğrenme ve  Ğretim ilkeleri, eğitim ve öğretimin planlanması ( nitelendirilmiŐ yıllık plan, günlük plan ve etkinlik örnekleri), öğrenme ve  Ğretim stratejileri, eğitim,  Ğretim yöntem ve teknikleri,

LNG 121 EK YABANCI D L: ALMANCA 1 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Dersin kapsamını oluŐturan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) temel seviyede dil becerilerinin geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

LNG 141 EK YABANCI D L: İSPANYOLCA 1 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Dersin kapsamını oluŐturan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) temel seviyede dil becerilerinin geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 151 EK YABANCI D L: RUSÇA 1 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Dersin kapsamını oluŐturan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) temel seviyede dil becerilerinin geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 181 EK YABANCI D L:  İNCE 1 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Dersin kapsamını oluŐturan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) temel seviyede dil becerilerinin geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 191 EK YABANCI D L: İTALYANCA 1 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Dersin kapsamını oluŐturan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) temel seviyede dil becerilerinin geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 197 EK YABANCI D L: FARŐ A 1 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Dersin kapsamını oluŐturan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) temel seviyede dil becerilerinin geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 198 EK YABANCI D L: ARAPÇA 1 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Dersin kapsamını oluŐturan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) temel seviyede dil becerilerinin geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 171 EK YABANCI D L: JAPONCA 1 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Dersin kapsamını oluŐturan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) temel seviyede dil becerilerinin geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 131 EK YABANCI D L: FRANSIZCA 1 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Dersin kapsamını oluŐturan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) temel seviyede dil becerilerinin geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

**LNG 201 EK YABANCI D L: SIRPÇA 1, HIRVATÇA 1, BOŐNAKÇA 1 (3-0) 2 AKTS
(ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)**

Dersin kapsamını oluŐturan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) temel seviyede dil becerilerinin geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

HIR 4108 ETKİLEYİCİ PAZARLAMA (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Bu derste; etkili içerik üretmenin püf noktaları, etkili içerik üretmenin anahtarı, native içeriğin ne olduğu, influencer içerik üretimi süreçleri, içerik üretme  eŐitleri ve őekilleri anlatılmaktadır. Etkileyiciler yani influencer nedir, nasıl bir etki alanı vardır, influencer pazarlamada doğru influencer nasıl seçilir, influencer pazarlamanın konvansiyonel pazarlamaya göre avantajları ve dezavantajları nelerdir gibi detaylar aktarılmaktadır.

HIR 4118 HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAM OKUMALARI (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Bu derste küreselleŐme, yeŐil pazarlama, kültürlerarası mizah, dijitalleŐme vb. konuların reklam ve halkla ilişkiler alanı ile ilişkisi konuları anlatılmaktadır.

HIR 4128 KURUMSAL HALKLA İLİŞKİLER (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Ders kapsamında; kurumlarda bütün alanlardaki verimliliklerin artırılması amacıyla halkla ilişkiler faaliyetlerinin nasıl etkin kullanılması gerektiği ele alınmaktadır.

HIR 4138 KİŐİSEL MARKALAMA (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

KiŐisel markayı oluŐturan kavramlar, kiŐisel markanın öğeleri, kiŐisel marka stratejisi bütünleşik kiŐisel marka iletişimi, kiŐisel marka etkinliği, kiŐisel markada başarı yönetimi, sürdürülebilir kiŐisel markalaŐma, kiŐisel halkla ilişkiler.

HIR 4148 MODA VE LÜKS MARKA İLETİŞİMİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Bu ders kapsamında, geleneksel pazarlama ilkelerinin lüks markalara uygulanmadığı gerçeğine dayanarak, lüks markaların üretim, fiyatlandırma, dağıtım ve iletişim çalışmaları kitaplar ve makaleler aracılığıyla derinlemesine incelenmektedir. Konu ile ilgili teorik bilgi verildikten daha sonra örnek olaylar üzerinden analizler yapılmaktadır. Ayrıca  Ğrenciler tarafından konu ile ilgili projeler hazırlanmaktadır.

HIR 4158 REKLAM     MLEMESİ (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Reklamlarda yer alan kodları     mleyebilmek için gereken çalışmaları yürüten reklam     lemesi dersi, reklamlarda kullanılan belirli temalar çerçevesinde reklamın dili ve söylemini anlamaya dönüktür. Reklamın dili ve söylemi belirginleŐtiren ders, çeşitli reklam mecrasında konumlandırılan reklam materyalleri üzerinde çeşitli okuma ve analizler gerçekleŐtirir. Reklamın doğasını ve yapısı ders kapsamında reklam analizleriyle anlamaya çalıŐılır.

HIR 4168 REKLAM PRODÜKSİYONU (2-2) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Dersin amacı reklam prodüksiyonunu tüm yönleriyle öğretmektir. Etkili reklam üretiminin koŐulları, reklam metni yazımı, senaryo aŐaması ve yapının gerçekleŐtirilmesine ilişkin verilen temel bilgiler doğrultusunda reklam prodüksiyonu gerçekleŐtirebilecek donanımlı bireyler yetiŐtirilmesi amaçlanır.



T.C. İSTANBUL T CARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ

HIR 4178 SANAT VE İLETİŞİM(3-0)5 AKTS (SEÇMELİ)

Sanat, toplum, kültür olgularını deėiŐik cepheleriyle irdeleyen ve onları iletişim őemsiyesi altında toplayan ders, sanat olgularından sanat ortamlarına dek çeşitli iletişim süreçlerini kapsar. Bir yandan sanat ile iletişimin buluŐmasını kuramsal düzeyde ele alırken bir yandan da sanat ortamlarında iletişim yönetiminin stratejik analizini yapar. Bu çerçevede örneğin bir müze ile bir sanat galerisi dersin konusu olabileceği gibi müzecilik, küratörlük ya da sanat iletişimi de dersin konusunu teŐkil eder.

HIR 4188 KAMUOYU ARAŐTIRMALARI (2-2) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Kamuoyu nedir, nasıl oluŐur? Kamuoyunda belirginleŐen kanaatlerin araŐtırılması ve medyada yansıması, Kanaat önderleri, iki basamaklı akıŐ, kamuoyunun dördüncü kuvvet olarak yorumu, seçim ve kamuoyu araŐtırmaları arasındaki fark, medyada kamuoyu araŐtırmalarının sonuçlarının duyurulmasında uyulması gereken kurallar bu dersin içeriğini oluŐturur.

MIS 2134 SİYASAL İLETİŞİM (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

Siyasal iletişim siyasal iktidarı elde etmeyi ya da onun üzerinde etkide bulunmayı amaçlayan aktörlerin yürüttüğü her türlü iletişim etkinliğini kapsayan bir çalışma alanıdır. Çoğunlukla seçim kampanyalarında yoėunlaŐmasına karŐın siyasal iletişim sadece seçim dönemleriyle sınırlandırılmaz; özellikle demokratik ülkelerde gündelik hayatın her alanında karŐımıza çıkma potansiyeli bulunmaktadır. Siyasal İletişim dersinde iletiŐime siyasal bir perspektifle yaklaŐılmakta ve gerek çeşitli uygulamalar gerekse de bunların altında yatan ideolojik gerekçeler incelenmektedir.

MIS 454 G  , KÜLTÜR VE İLETİŞİM (3-0) 5 AKTS (SEÇMELİ)

G   Olgusu, Uluslararası G   Olgusunun Tarihsel Gelişimi, Teorik Altyapı, Uluslararası G   Olgusunda ‘‘Göçmen’’ Türleri, Uluslararası G   ve Hukuk, Türkiye'deki Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu, Uluslararası  rg tler ve Uluslararası G  , Ara Sınav, Uluslararası G   ve Sanat: Sinema, Tiyatro ve Edebiyat Alanlarında Yansımalar, Uluslararası G   ve  evresel Sorunlar ve İklim Göçmenleri, Uluslararası G   ve ModernleŐme, Uluslararası G   ve Kültür İlişkisi, Uluslararası G   ve Ekonomi, Göçmen Kaçakçılığı ve İnsan Ticareti.

GNL 367 DÜNYA SİYASETİNDE GÜNCEL SORUNLAR (3-0) 5 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

G   ve Yirmi birinci Yüzyıl Dünya Düzeni ,Soğuk SavaŐ, Nükleer Silahların Yayılması ve Silahsızlanma,SavaŐ ve BarıŐ,İnsan Güvenliği ,İnsan Hakları,Uluslararası G   ,Medeniyetler  atıŐması,Terörizm.

GNL 370 KÜRESELLEŐME VE TOPLUM (3-0) 5 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

KüreselleŐme ve Türkiye'ye etkileri;  evre üzerindeki deėiŐimler; askeri ve ekonomik birliktelikler, Türkiye'nin küreselleŐme karŐısındaki durumu; çoğulculuk ve çok kültürlülük ele alınacaktır.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

GNL 359 SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİ (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Sosyal Sorumluluğun tanımı, sosyal sorumluluk projeleri hakkında bilgi verilmesi, Sosyal Sorumluluk Proje  rnekleri, Proje konularının belirlenmesi ve projelerin hazırlanması, Projelerin gerçekleştirilmesi , Proje  ıktılarının değerlendirilmesi

GNL 378 TÜRKİYE’DE TOPLUMSAL YAPI VE KURUMLAR (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Toplumsal Yapıyı Etkileyen Siyasal ve Ekonomik  gelerin Tarihsel Boyutları Nüfus ve toplum, Türk toplumunda aile yapısı, din kurumu, Türkiye’nin etnik yapısı ve sorunları

GNL 379 M MARLIK VE SANAT TARİHİ (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Tarih öncesinden başlayarak Rönesans dönemine kadar , İlkçağ ve Ortaçağ Mimarlık ve Sanat Tarihi Rönesans dönemine kadar incelenmektedir

GNL 380 EĞİTİM VE TOPLUM (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

EĞitim; Temel  er eve ve Kavramlar, sosyolojik eğitim kuramları, alternatif eğitim kuramları, Türkiye’de eğitimin tarihi, Türkiye’de eğitimin sorunları, küreselleŐme ve eğitimde yapısal dönüşümler, dijital toplum ve eğitim, eğitimin geleceği

GNL 383 ANADOLU’DA TEKSTİL VE G YİM (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Geleneksel tekstillerin tanıtılması ve tekstil sanatındaki ilk buluntular, Anadolu da geleneksel tekstil üretimi yapan bölgeler, tarihsel süreci ve kullanılan malzemeler, desenlendirme özellikleri, geleneksel Anadolu el baskı ve boyamanın tarihsel süreci.

LNG 122 EK YABANCI D L: ALMANCA 2 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Ders temel seviyede öĐrenilmiŐ olan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) bir ileri seviyedeki dil becerilerinin daha da geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 132 EK YABANCI D L: FRANSIZCA 2 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Ders temel seviyede öĐrenilmiŐ olan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) bir ileri seviyedeki dil becerilerinin daha da geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 142 EK YABANCI D L: İSPANYOLCA 2 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Ders temel seviyede öĐrenilmiŐ olan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) bir ileri seviyedeki dil becerilerinin daha da geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 152 EK YABANCI D L: RUSÇA 2 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Ders temel seviyede öĐrenilmiŐ olan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) bir ileri seviyedeki dil becerilerinin daha da geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

LNG 182 EK YABANCI D L:  İNCE 2 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Ders temel seviyede öğrenilmiş olan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) bir ileri seviyedeki dil becerilerinin daha da geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 192 EK YABANCI D L: İTALYANCA 2 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Ders temel seviyede öğrenilmiş olan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) bir ileri seviyedeki dil becerilerinin daha da geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 202 EK YABANCI D L: FARŐ A 2 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Ders temel seviyede öğrenilmiş olan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) bir ileri seviyedeki dil becerilerinin daha da geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 203 EK YABANCI D L: ARAPÇA 2 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Ders temel seviyede öğrenilmiş olan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) bir ileri seviyedeki dil becerilerinin daha da geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

LNG 172 EK YABANCI D L: JAPONCA 2 (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Ders temel seviyede öğrenilmiş olan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) bir ileri seviyedeki dil becerilerinin daha da geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

**LNG 204 EK YABANCI D L: SIRPÇA 2, HIRVATÇA 2, BOŐNAKÇA 2 (3-0) 2 AKTS
(ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)**

Ders temel seviyede öğrenilmiş olan konular yardımıyla, öğrencilerin (duyduğunu ve okuduğunu anlama, konuŐma ve yazma) bir ileri seviyedeki dil becerilerinin daha da geliŐtirilmesi amaçlanmaktadır.

**GNL 201 ULUSLARARASI ÖĞRENCİLER İÇİN AKADEMİK TÜRKÇE (3-0) 2 AKTS
(ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)**

Uluslararası  Ğrencilerin Türkçe dil bilgilerini geliŐtirmeye yönelik  alıŐmalar, Türkçe bilgilerinin akademik beceriler paralelinde geliŐtirilmesi

GNL 215 İŐARET D Lİ (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

İŐaret Dilinin  nemi, tarihçesi ve alfabesi, İŐaret Dili ile kelimeler, zamirler, sıfatlar, cisimler, araç gereçlerin isimleri, renkler, ülke isimleri, sos

GNL 314 OSMANLI TÜRKÇESİ (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Osmanlı Türkçesi ile yazılmış edebi ve kültürel metinleri okuyup anlayabilme ve bu kaynaklardan yararlanabilme becerisini kazandırmak. Osmanlı Türkçesinin temel özellikleri, kullanılan alfabe, yazım ve yazı  eŐitleri, kelime ve kelime  eŐitleri ile Osmanlı Türkçesiyle yazılmış edebi ve kültürel metinler.



T.C. İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ

GNL 311 TİCARET UYGULAMALARI (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Bu ders kapsamında ticaret teorileri, uluslararası rekabet ve ticaret politikaları uygulamalı örnekler ile aktarılmaktadır

GNL 316 BİLİM TARİHİ VE FELSEFESİ (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Bu dersin temel amacı, tarihsel bağlamı göz önünde bulundurarak bilimsel çabanın doğası ve bilimsel teorilerin özellikleri hakkında bütüncül bir çerçeve oluşturmaktır. Bu çerçeve dahilinde Antik dönemden Bilim Devrimi'ne ve çağdaş bilim teknolojinin doğuşuna uzanan tarihsel tecrübe ışığında bilimsel teorilerin nesnellik, ölçülebilirlik, test edilebilirlik, yanlışlanabilirlik, ilerlemecilik gibi ayırt edici özellikleri incelenmektedir.

GNL 328 GÖNÜLLÜLÜK ÇALIŞMALARI (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Dersin temel amacı, öğrencilerin eğitim yaşantıları boyunca edindikleri bilgi, beceri ve birikimleri kullanarak üniversite ile toplum arasındaki bağları güçlendirilmek; insani, sosyal, ekonomik vb. problemlerle toplumda göç ve afetler, engelliler, dezavantajlı gruplar başta olmak üzere çeşitli konu ve sorunlar hakkında duyarlılık kazanmalarını sağlamak; katılacakları ve gerçekleştirecekleri bazı gönüllülük faaliyetleriyle insani, sosyal, kültürel, ahlaki değerlerin ve becerilerin geliştirilmesini sağlamak olup bu amaç doğrultusunda toplumda engelli yaşamı, göç ve afet gibi toplumsal hassasiyetin yüksek olduğu konularda görünürlüğü ve farkındalığı artırmak; böylece öğrencilerin seçecekleri bir gönüllülük alanında, önceden hazırlanacak bir plan dâhilinde bir dönem boyunca gönüllü çalışmalarda görev almalarını ve sonuçlarını paylaşmalarını sağlamaktır.

GNL 330 İNSAN HAKLARI HUKUKU (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Derste, insan hakları ve insan onuru, insan haklarının tarihsel kaynakları, insan haklarının sınırlandırılma rejimi, insan haklarının özellikleri, insan haklarının uluslararası düzeyde korunması ve insan haklarının ulusal boyutta korunması ele alınacaktır.

GNL 327 KATILIM BANKACILIĞI VE İSLAMİ FİNANS (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Katılım finansının ayrıcalık özellikleri ve konvansiyonel finanstan farkları tanıtılmaktadır. Katılım bankaları, katılım sigortacılığı, sermaye piyasası araçları-hukuk, İslami sosyal finans, katılım finansında trendler, sürdürülebilirlik ve çevreye duyarlılık gibi konular ele alınmaktadır.

GNL 355 FİNANSAL OKURYAZARLIK (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Finansal okuryazarlık kavramı, finans ve ekonomiye ilişkin temel kavramlar, finansal sistem, para ve sermaye piyasaları, finansal araçlar, nakit bütçesi, alternatif finans kaynakları, yatırım kararları.

GNL 333 YENİ NESİL GİRİŞİMCİLİK (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Yeni Nesil Girişimcilik Temel Kavramlar Yeni Nesil İş Modelleri Proje Geliştirme Süreçleri Startup görüşmeleri Startup sunumları Proje gelişim sunumları Proje gelişim sunumları Yeni Nesil Girişimcilik



**T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2025-2026 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS İÇERİKLERİ**

Finansman Modelleri BTM Ziyareti Proje gelişim sunumları Yatırım alma deneyim paylaşımları Proje sunum ve müzakeresi Proje sunum ve müzakeresi Proje sunum ve müzakeresi

GNL 404 EDEB YAT VE TOPLUM (3-0) 2 AKTS (ÜNİVERSİTE SEÇMELİ)

Edebiyatın toplumsal  nemi, Tanzimat edebiyatı ve toplumsal değişim, toplumsal değişimde çevirinin rolü, ve toplumsal hiciv kavramı ele alınmaktadır.