



1.SINIF	I. YARIYIL				
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
RKL1001	DAVRANIŞ BİLİMLERİ	3	0	3	4
Davranış Bilimleri ve Diğer Sosyal Bilimlerle İlişkisi, Güdülenme ve Güdülenme Kuramları, Statü-Rol Davranışı ve Sosyal Kurumlar, Tutumlar, Kültür ve Davranışa Etkisi, Öğrenme ve Öğrenme Kuramları, Duygular ve Heyecanlar, İletişim, Algılama ve Algı Yasaları, Kişilik, Gruplar, Sosyal Etki, Uyum ve İtaat, Sosyal Tabakalaşma ve Sosyal Değişme, Stres ve Stresin Yönetimi.					
RKL1003	HUKUKUN TEMEL KAVRAMLARI	3	0	3	4
Hukuk ve Toplumsal Yaşamı Düzenleyen Diğer Kurallar, Hukuk Kurallarının Uygulanmasının Sınırları, Hukuk Kurallarının Somut Olaya Uygulanması, Devlet Kavramı ve Unsurları, Türk Hukukunda Gerçek Kişiler, Türk Hukukunda Tüzel Kişiler, Hukuki Olay, Hukuki Fiil ve Hukuki İşlem, Kamu Hukuku Alanında Haklar, Özel Hukuk Alanında Haklar, Hukukta Yaptırım, Dava kavramı ve Türleri, İdari Yargı, Anayasa Yargısı ve Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, Adli Yargı ve Diğer Yargı Kolları, Hukukun Temel İlkeler.					
RKL1005	İKTİSADA GİRİŞ	3	0	3	5
İktisat Bilimi ve Temel Kavramları, Arz Talep Piyasa Dengesi ve Esneklikler, Tüketim Teorisi ve Fayda Analizi, Üretim ve Maliyet Teorisi, Mal ve Hizmet Piyasaları, Faktör Piyasaları ve Faktör Gelirleri, Makro İktisat: Tanım, Tarihsel Gelişim ve Hasıla, Makro Ekonomik Denge, Toplam Talep Toplam Arz Analizi, Maliye Politikası, Para ve Banka, Dış Ticaret Teorisi, Dış Ticaret Politikası, Ekonomik Büyüme ve Kalkınma.					
RKL1007	İLETİŞİME GİRİŞ	4	0	4	6
İletişim Kavramı ve Süreci, Dil, Kültür ve İletişim, İletişim Modelleri, İletişim Türleri, Kişilerarası İletişim, Kurum İçi İletişim, Kitle İletişim Araçları ve Türleri, Kurumsal İletişim, İletişim ve Halkla İlişkiler, Siyasal İletişim, Medya Okuryazarlığı, Uluslararası İletişim, Yeni İletişim Teknolojileri, İletişim ve Etik.					
RKL1009	REKLAMCILIK GİRİŞ	3	0	3	5
Reklam: Tanımı, İşlevi ve İşleyiş Süreci, Reklam Türleri, Reklamcılığın Tarihsel Gelişimi, Reklamcılığın Sosyal, Ekonomik, Hukuki Boyutları, Reklamla İlgili Kurum ve Kuruluşlar, Reklam Kitle İletişim Süreçleri İlişkisi, Reklam Ortamları ve Mesajın Aktarımı, Reklam Araştırmaları, Reklam Kampanya Planlaması, Medya Stratejileri ve Medya Planlaması, Reklam Metni Yazımı, Reklam Nasıl Analiz Edilir?, Uluslararası Reklamcılık, Küreselleşme Çevre Sorunları ve Yeşil Reklamcılık.					
BİL1001	TEMEL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ I	2	0	2	3
Bilgi Teknolojilerine Giriş, Windows 8-I, Windows 8-II, Windows 8-III, Windows 7-IV, Microsoft Word 2010, Word 2010-II, Word 2010-III, Word 2010-IV, Excel 2010-I, Excel 2010-II, Excel 2010-III.					
ORT1001	YABANCI DİL I	2	0	2	3
What is your name? (Am, Is, Are), What do you do in your free time? (Geniş Zaman), How many brothers have you got? (Have Got/Has Got), Would you like a single or return ticket? (Sayılabilen ve Sayılamayan İsimler), What year are you in? (Şimdiki Zaman), Who did you go with? (Geçmiş Zaman), What were you doing? (Şimdiki Zamanın Hikayesi), Where's he gone? (Present Perfect Tense), How long have you been living in Erzurum? (Present Perfect Continuous), They had left before I woke up (Past Perfect Tense), I'll have a doner (Gelecek Zaman), It's on the left (Yer Edatları), The bus left on time (Zaman Edatları), The Kızılırmak is the longest (Sıfatlar)					
1.SINIF	II. YARIYIL				
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
RKL1002	ÖRGÜTSEL İLETİŞİM	3	0	3	4
İletişim ve Örgütsel İletişim, Örgüt Kuramları ve İletişim, Örgütsel İletişimin Amacı, Önemi ve Fonksiyonları, Örgütsel İletişim Türleri ve Şekilleri, Örgütsel Yazışmalar ve Yazılı İletişim, Örgütlerde İletişim Araç ve Yöntemleri, Örgütlerde Bilgi İşleme ve İletme Yöntemleri, Örgütsel İletişimin İşleyişi ve Ağ Modelleri, Bilgi Sistemleri ve Örgütsel İletişim, Otomasyon Sistemleri ve Örgütsel İletişim, Örgütsel İletişimin Engelleri ve Aşma Yolları, Örgütsel İletişim ve Halkla İlişkiler, Örgütsel Algının Yönetimi, Örgütsel İletişimin Etkin Yönetimi					
RKL1004	SOSYAL BİLİMLERDE ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ	3	0	3	4
Bilim ve Bilimlerin Sınıflandırılması, Bilimsel Düşünmenin Kavram ve Araçları, Bilimsel Düşünme ve Araştırma Yöntemleri, Bilimsel Araştırma Süreci, Bilgi Kaynakları ve Bilgi Toplama, Veri Toplama Yöntemleri, Örneklem, Ölçme ve Ölçekleme Kavramları, Verilerin Analize Hazırlanması, Nicel Analizler, Nitel Araştırma Yöntemleri, Bilimsel Araştırmalarda Kaynaklara Ulaşma ve Kaynakların Gösterimi, Araştırma Raporu Hazırlama.					
RKL1006	PAZARLAMA İLETİŞİMİ	3	0	3	6
Pazarlama Tanım ve Anlayışı, Stratejik Planlama, Pazarlama Planları, Pazarlama Bilgi Sistemleri, Pazarlama Araştırması, Pazar Talebinin Ölçümü ve Tahmini, Pazarlama Çevresi, Müşteri Değeri Yaratma, Tatmin ve Bağlılık, Tüketici Davranışları ve Satın Alma Karar Süreci, Endüstriyel Pazarlar ve Satın Alma Davranışı, Rekabet Analizi, Pazar, Bölümleme ve Hedefleme, Farklılaştırma ve Konumlandırma, Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar.					
RKL1008	REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞI	3	0	3	6
Fotoğrafçılığa Giriş, Fotoğrafçılık Tekniği, Fotoğrafta Kompozisyon ve Öğeleri, Dijital Fotoğrafçılık, Reklam Fotoğrafçılığının Gelişimi, Reklam Fotoğrafının Yapım Süreci, Reklam Fotoğrafçılığında Işık, Reklam Fotoğrafçılığında Alternatif Tekniklerin Kullanımı, Reklam Fotoğrafçılığında Dijital Teknikler ve Görüntü İşleme Uygulamaları, Reklam Fotoğrafçılığında Uzmanlaşma, Stüdyo ve Still Life Fotoğraf Teknikleri, Reklam Fotoğrafçılığında Mesaj ve Stratejileri, Reklam Fotoğrafçılığında Analiz Teknikleri, Portfolyo Hazırlama ve Sunum.					
RKL1010	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	3	0	3	4
Tüketici Davranışları, Algılama, Öğrenme, Güdülenme, Kişilik ve Benlik, Değerler ve Yaşam Biçimi, Tutumlar, Referans Grupları ve Aile, Sosyal Sınıf, Kültür, Tüketici Karar Alma Süreci I, Kültür, Tüketici Karar Alma Süreci II, Tüketici Karar Türleri ve İlgilenim, Tüketici Yanlılığı ve Tüketici Sorumluluğu.					
BİL1002	TEMEL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ II	2	0	2	3
PowerPoint 2010, Access 2010, Sık Kullanılan Programlar, Ses-Video İşlemleri, Bilgisayar Ağları, İnternet, İnternet Uygulamaları, Sosyal Medya, İnternet ve Toplum.					
ORT1002	YABANCI DİL II	2	0	2	3
Can I send a letter? (Can/Could, May/Might, Must, Have/Has To), I had better try it on (Must/Mustn't), They are made in Turkey (Edilgen Yapı), They will be shortened (Edilgen Yapı), If I were you I would take that one (Koşul Cümlecikleri), I wish he would return very soon (İstek Cümlecikleri), I need a car which is strong (Sıfat Cümlecikleri), We have a flat in which there are three bedrooms (Sıfat Cümlecikleri), Do you know where she is (İsim Cümlecikleri), The doctor said I should rest (Dolaylı Anlatım), I would like to invite you (İsim Fiiller-Mastarlar), I will call you only if there is a cancellation (Bağlaçlar), I will finish my homework as early as I can (Bağlaçlar), Somebody tried to break into our house (Deyimsel Fiiller ve Edat Alan Fiiller).					





2.SINIF	III. YARIYIL				
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
RKL2001	İKNA ve İKNA PSİKOLOJİSİ	3	0	3	5
İnsan Psikolojisine Giriş, Tutum ve Tutumların Ölçülmesi, Sosyal Etkiler ve Tutum Değişimi, Uyuma ve İtaat Etme, İkna ve İkna Edici İletişim, Kitle İletişimi ve Propaganda, İkna, Otorite ve Sosyal İlişkiler, İkna Karşı Olma, İkna Edici Konuşma, İkna Edici Konuşmanın Düzenlenmesi ve Planının Oluşturulması, İkna Edici Konuşmanın Destekleyicisi Olarak Sözsüz İletişim, İkna Amaçlı Mesajda Etki I: Mekân ve Zaman, İkna Edici Mesajda Etki II: Renk ve Söz, İkna Amaçlı Mesajda Etki III: Statü ve Karizmatik Kişilik.					
RKL2003	İLETİŞİMDE HEDEF KİTLE	3	0	3	4
İletişim Biçimleri ve İletişim Sınıflandırılması, Hedef Kitle ve Özellikleri, Müşteriler, Tedarikçiler, Rakipler, Çalışanlar, Düzenleyici ve Denetleyici Kuruluşlar, Pazar Yapısı ve Çevresel Unsurlar, Küresel Markalar ve Değişen Tüketici Davranışı, Hedef Kitle Davranışını Etkileyen Bireysel Faktörler, Hedef Kitle Davranışını Etkileyen Grupsal Faktörler, Hedef Kitle Davranışlarını Etkileyen Toplumsal Faktörler, Satın Alma Süreci, Satış Sonrası Hizmetler ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk.					
RKL2005	REKLAM ANALİZLERİ	3	0	3	6
Reklam Analizine Giriş, Yaratıcı Strateji ve Reklam Analizi, Basılı Reklamların Analizinde Görsel Tasarım İlkeleri, Görüntüde Kompozisyonel Öğelerin Düzenlenmesi ve Reklam Filmleri, Reklam Analizleri Açısından Sözsüz İletişimin Önemi, Reklam Analizlerinde Kültürel Farklılıkların Önemi, Küreselleşme ve Tüketim Kültürü: Reklam Analizleri İçin Genel Bir Çerçeve, Göstegebilimsel Analiz, Marksist Analiz, Marksist Bakış Açısıyla Tüketim Kültürü Reklam İlişkisine Örnek Çözümlemeler, Psikanalitik Analiz, Toplum bilimsel Analiz, Toplumsal Cinsiyet, Feminist Analiz.					
RKL2007	REKLAM ve REKLAM YAZARLIĞI	3	0	3	4
Etkili İletişim ve Yazma Süreci, Reklam ve Yaratıcı Stratejiler, Reklamcılıkta Hedef Kitle, Basılı Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı I: Gazete ve Dergiler, Basılı Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı II: Doğrudan Postalama ve El İlanı, Basılı Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı III: Satış Yeri Reklamcılığı, Yayın Temelli Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı I: Radyo, Yayın Temelli Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı II: Televizyon, Yayın Temelli Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı III: Sinema, Açık hava (Outdoor) ve Transit Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı, Kurumsal Reklamcılık Uygulamaları, İnternet Reklamcılığı, Küresel Reklam Metin Yazarlığı, Reklam Yazarlığında Güncel Gelişmeler.					
RKL2009	YÖNETİM ve ORGANİZASYON	3	0	3	5
Yönetimin Temel Kavramları, Yönetim Biliminin Gelişimi, Planlama ve Karar Verme, Örgütsel Yapı ve Tasarım, İşletme Yönetiminde Yetki, Güç ve Liderlik, Güdüleme, Örgütsel İletişim Kontrol, İşletme Yönetiminde Gruplar ve Takım (Ekip) Çalışması, Bilgi Yönetimi, Küresel İşletme Yönetimi, Kültürlerarası Yönetim, Yeni Örgütsel Tasarımlar, İşletme Sosyal Sorumluluğu ve Etik.					
ORT2001	ATATÜRK İLKELERİ ve İNKILAP TARİHİ I	2	0	2	3
Amaç ve Kavramlar, Osmanlı Devleti'nin Çöküş Süreci, Osmanlı Devleti'nde Yenileşme Hareketleri, II. Meşrutiyet Dönemi ve Fikir Hareketleri, Trablusgarp-Balkan Savaşları ve Sonraki Gelişmeler, I. Dünya Savaşı ve Osmanlı Devleti, I.Dünya Savaşı'nın Sona Ermesi, Milli Mücadele Dönemi, Mondros Mütarekesi ve Mustafa Kemal Paşa'nın Tavrı, Mustafa Kemal Paşa'nın Anadolu'ya Geçmesi, Erzurum Kongresi ve Yerel Kongreler, Sivas Kongresi ve Sonraki Gelişmeler, Heyet-i Temsiliye'nin Ankara'daki Faaliyetleri ve Misak-ı Milli'nin İlanı, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin Açılması Yapısı ve Çalışmaları.					
ORT2003	TÜRK DİLİ I	2	0	2	3
Dil Nedir?, Dil ve Kültür, Dünya Dilleri ve Türk Dilinin Dünya Dilleri Arasındaki Yeri, Türk Dilinin Bugünkü Durumu ve Yayılma Alanları, Türkçe Ses Bilgisi, Türkçe Şekil Bilgisi I, Türkçe Şekil Bilgisi II, Sözcüklerin Sınıflandırılması, Kelime Grupları, Cümle Bilgisi, Yazılı ve Sözlü Anlatım Yanlıları, Yazım Kuralları, Noktalama Kuralları, Türk Dilinin Diğer Dillerle Etkileşimi.					
2.SINIF	IV. YARIYIL				
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
RKL2002	GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI	3	0	3	4
İletişim Kuramı ve Görsel İletişim, Görsel Algı ve Görsel Kültür, Görsel İletişim Tasarımı Tarihi, Türkiye'de Görsel İletişim Tasarımı Tarihi, Görsel Tasarımda Temel Tasarım Kavramı, İllüstrasyon Teknikleri ve Görsel İletişim, Görsel İletişim Tasarımı ve Temel Fotoğrafçılık, Tipografik İletişim, Görsel İletişim ve Yaratıcılık, Görsel İletişim ve Reklamcılık, Masaüstü Yayıncılık ve Görsel Tasarım, Görsel İletişim ve Ambalaj Tasarımı, Kurumun İletişimi Olarak Kurumsal Kimlik ve Tasarımı, Hareketli Görüntü Üretimi ve Teknikleri.					
RKL2004	KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM	3	0	3	5
Kültür, Toplum ve İletişim, Kültürlerarası İletişim: Tanım ve İşleyiş, Kültürlerarası İletişimi Etkileyen Faktörler, Kültürlerarası İletişim Yeterliği, Kültürlerarası Çeşitlilik ve Psikoloji, Kültürlerarası Farklılaşma, Dil-Kültür Bağlantısı ve İletişim, Kültürlerarası İletişimde Enformasyon Sistemleri, Kültürel Boyutlar ve Değer Yönelimleri Yaklaşımları, İletişimsel Eylem Kuramı ve Kültürlerarasılık, Çalışma Yaşamında Kültürlerarasılık, Göç, Kültür ve Küreselleşme, Kültürel Miras Yönetimi, Küreselleşme, Medya ve Kültürlerarası İletişim.					
RKL2006	MARKA YÖNETİMİ	3	0	3	6
Marka Kavramı ve Markalamanın Stratejik Önemi, Marka Yönetimi ve Markalama Stratejileri, Marka Kimliği ve Marka Kişiliği, Marka Konumlandırma, Marka Farkındalığı, Marka ve Algılanan Kalite, Marka Sadakati, Marka Çağrışımları, Marka Değeri ve Ölçümü, Marka Genişletme ve Ürün Hattının Genişletilmesi, Markanın Korunması, Global Marka Yönetimi, Hizmetlerde Markalama, Marka ile İlgili Güncel Kavram ve Örnek Olaylar.					
RKL2008	MEDYA PLANLAMASI	3	0	3	5
Medya; Genel Çerçeve, Pazarlama ve Medya Planı, Pazarlama İletişimi ve Medya, Medyanın Sınıflandırılması, 1:Geleneksel Medya Medyanın Sınıflandırılması 2: Yeni Medya Medya Planlamanın Temel Kavramları, Medya Planlamada Aşamalar, Hedef Kitle Hedef Kitle Analizleri, Medya Karmasının Oluşturulması, Medya Satın Alma Kriterleri ve Bütçeleme, Medya Planlamada Ölçümleme I, Medya Planlamada Ölçümleme II, Örnek Medya Planı.					
RKL2010	REKLAM KAMPANYALARI ve REKLAM UYGULAMALARI	3	0	3	4
Reklam Tanımları ve Reklamcılığın Sınıflandırılması, Reklam Kampanyası ve Kurumsal Hedefler, İletişim ve Etkinlik Stratejileri, Reklam Kampanyalarında Planlama ve Ortamlar, Reklam Kampanyalarının Oluşum Süreci ve Kreatif Yaklaşım, Reklam Mesajlarında Duyusal Pazarlama ve Reklam Stratejileri, Reklam Mesajlarında Algı, Bilişsel Süreçler ve Cinselliğin Kullanımı, Reklam Mesajlarında Mizah ve Eğlendirme, Reklamcılık Uygulamalarında Basılı Ortamlar ve Durağan Reklam, Reklamcılık Uygulamalarında Yayın Yapan ve Diğer Ortamlar, Reklam Kampanyalarında Araştırma, Reklam Kampanyalarının Etkililiği, Reklam Kampanyalarında Profesyonelleşme, Reklam Kampanyalarında Sosyal Sorumluluk ve Etik.					
ORT2002	ATATÜRK İLKELERİ ve İNKILAP TARİHİ II	2	0	2	3
Türkiye Büyük Millet Meclisinin Açılmasından İtibaren Yaşanan Gelişmeler, Sakarya'dan Lozan'a Askerî ve Siyasî Gelişmeler, İstiklal Savaşı Sonrası Türk Siyasal Hayatında Yaşanan Gelişmeler, Cumhuriyetin İlanı Sonrası Çok Partili Hayata Geçiş Çabaları ve Bazı Önemli Gelişmeler, Türk Hukuk İnkılabı, Eğitim ve Kültür Hayatındaki Düzenlemeler, Sosyal Alanda Yapılan İnkılaplar, Ekonomik Alanda Yapılan İnkılaplar, Mustafa Kemal Atatürk Döneminde Dış Politikalar, Atatürk'ün Ölümünden Sonra Türkiye, II. Dünya Savaşı Süreci, Çok Partili Hayata Geçiş ve Demokrat Parti'nin Kurulması, Atatürk Düşünce Sistemi Çerçevesinde Atatürk İlkeleri, Bütünleyici İlkeler.					
ORT2004	TÜRK DİLİ II	2	0	2	3
Yazım Kuralları, Noktalama İşaretleri, İyi Bir Anlatımın Özellikleri ve Anlatım Bozuklukları, Yazılı Anlatım, Yazılı Anlatım Türleri, Yazılı Anlatım Türleri II, Yazılı Anlatım Türleri (Edebi Türler), Özet Çıkarma ve Not Alma Teknikleri, Sözlü Anlatım Etkili Konuşma, Beden Dili, Beden Dili II, Sözlü Anlatım Türleri, Sözlü Anlatım Türleri II.					





3.SINIF	V. YARIYIL				
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
RKL3001	HALKLA İLİŞKİLER	4	0	4	5
Halkla İlişkilerin Kavramsal Çerçevesi ve Kapsamı, Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi, Halkla İlişkiler Modelleri, Halkla İlişkiler ve İlgili Kavramlar, Halkla İlişkilerin Örgüt Yapısı, Halkla İlişkilerde Hedef Kitle, Halkla İlişkiler Süreci, Halkla İlişkiler Ortam ve Araçları, Halkla İlişkilerin Uygulama Alanı Olarak Sponsorluk, Kriz Yönetimi ve Halkla İlişkiler, Kurumsal İtibar Yönetimi, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Etik ve Halkla İlişkiler, Lobicilik, Etkili Sunum Teknikleri.					
RKL3003	İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ	3	0	3	5
İnsan Kaynakları Yönetimine Giriş, İnsan Kaynakları Yönetimi ve Çevre, İş Analizi ve İş Tasarımı, İnsan Kaynakları Planlaması, İşgören Seçimi, Eğitim ve Geliştirme, Kariyer Geliştirme, İş Değerlendirme ve Ücret Yönetimi, Performans Değerlendirme, Endüstri İlişkileri, İş Sağlığı ve Güvenliği, İnsan Kaynakları Yönetimi ve Hukuk, Uluslararası İnsan Kaynakları Yönetimi, İnsan Kaynakları Bilgi Sistemleri.					
RKL3005	GRAFİK TASARIMI	3	0	3	6
Grafik Tasarımıyla İlgili Temel Kavramlar, Grafik Tasarım Programları (Photoshop, Illustrator, corel draw, Fireworks Tanımları) ve Photoshop CC Kurulumu, Renk, Renk Seçimi ve Renk Paleti (RGB-CMYK Renk Skalası, Çalışma Alanı Zimi Araçları ve Paneller, Katman İşlemleri ve Katman Efektleri, Hizalama Cetveller, Birimler ve Kılavuz Çizgileri Kullanma, Yazdırma Seçenekleri, Filtreler ve Değişmeler (Transforms), Metin İşleme, Resim Üzerinde İşlemler- Kırpma, Genişleme, Esnetme, Çözünürlük Değiştirme, Adjustments ve Path Katmanları ile Çalışma, Dosyaları Kaydetme, Dışarı Aktarma ve Farklı Formatlarda Kaydetme (JPG, PNG, GIF, PDF), Birden Fazla dosya Üzerinde Toplu İşlemler (Batch Processes), Hareketli Resimler (Animated GIF) ve İkon oluşturma, Tasarım Ürünleri Örnek Uygulamaları (Kartvizit, Afiş, Broşür, Logo, Infografik).					
RKL3007	ULUSLARARASI PAZARLAMA	3	0	3	5
Uluslararası Ticaret, Ulusal Pazarlamadan Uluslararası Pazarlamaya Geçiş, Uluslararası Pazarlamanın Temel Kavramları, Uluslararası Pazarlamada Çevresel Unsurlar, Uluslararası Pazarlama Planlaması, Uluslararası Pazarlama Araştırması, Uluslararası Pazarlama Stratejileri, Uluslararası Pazarlama Yönetimi, Uluslararası Pazarlarda Ürün Kararları, Uluslararası Pazarlarda Fiyatlandırma Stratejileri, Uluslararası Pazarlarda Dağıtım Stratejileri, Uluslararası Pazarlarda Tutundurma Stratejileri, İhracat ve İthalat İşlemleri ve Belgeleri, Uluslararası Ticarete Yardımcı Olan Kuruluşlar.					
RKL3009	GÖRSEL ESTETİK	3	0	3	5
Estetik Kavramı ve Tarihi, Estetik Kuramlar ve Estetik Bakış, Fotoğraf Estetiği, Sinema Estetiği, Çerçeveleme ve Kompozisyon, Işık ve Renk, Kurgu Estetiği, Animasyon, Video Art ve Enstalasyon, Sanal ve Artırılmış Gerçeklik, Grafik Sanatlarda Estetik Yaklaşımlar, Grafik ve Ürün Tasarımı, Yeni Medya ve Görsel Estetik, Reklam ve Görsel Estetik.					
RKL3011	MEDYA OKURYAZARLIĞI	3	0	3	4
Kavramsal Olarak Medya Okuryazarlığı, Medya Okuryazarlığının Tarihsel Gelişimi, Medya Okuryazarlığı İle İlişkili Kavramlar, Medya Okuryazarlığını Gerektiren Koşullar, Medya Okuryazarlığının Temel Konuları, Medya Okuryazarlığı Eğitim Metotları, Medya Okuryazarlığında Temel Yaklaşımlar, Medya Okuryazarlığında İletişim, Medya Okuryazarlığı ve Toplum, Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Medya Okuryazarlığında Temsil Sorunu, Dijital Medya Okuryazarlığı, Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Medya, Medya Okuryazarlığının Hukuksal Boyutu.					
3.SINIF	VI. YARIYIL				
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
RKL3002	REKLAMDA YARATICILIK	3	0	3	5
Yaratıcılık Kavramına Genel Bakış, Bilim, Sanat ve İş Dünyasında Yaratıcılık, Reklam ve Yaratıcılık, Reklamcılıkta Yaratıcı Fikir Bulma, Reklamcılıkta Yaratıcı Stratejiler, Reklamcılıkta Yaratıcı Ekoller, Reklam Çekicilikleri, Geleneksel Reklam Mecraları ve Yaratıcılık, Dijital Reklam Mecraları ve Yaratıcılık, Reklamda Yaratıcılığı Ölçme ve Değerlendirme, Reklam Sektörü ve Yaratıcı İnsan Kaynağı, Yaratıcı Portfolyo Hazırlama, Reklamda Yaratıcılık ve Etik, Türkiye'den ve Dünyadan Yaratıcı Reklam Kampanyası Örnekleri.					
RKL3004	SPONSORLUK	3	0	3	6
Sponsorluğun Tanımı ve İletişim Sürecindeki Konumu, Sponsorluğun Tarihsel Gelişimi, Sponsorluğun İşleyişi, Sponsorluğun Yapılma Amaçları, Sponsorluk Kategorileri, Sponsorluk Türleri I: Spor Sponsorluğu, Sponsorluk Türleri II: Kültür Sanat Sponsorluğu, Sponsorluk Türleri III: Sosyal Sponsorluklar, Sponsorluğu Etkileyen Uygulamalar, Sponsorluk Planlaması ve Hedef Kitle, Sponsorluk Stratejisinin Geliştirilmesi ve Bütçe, Sponsorluk Teklifi ve Sözleşme, Sponsorluk Etkinliğinin Değerlendirilmesi, Sponsorluk Hakları ve Etik.					
RKL3006	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ	3	0	3	6
Müşteri İlişkileri Yönetimi Kavramı, Tanımı, Gelişimi ve Özellikleri, Müşteri İlişkileri Yönetimi Bileşenleri ve Modelleri, Müşteri İlişkileri Yönetimine Geçiş ve Uygulama Süreci, Müşteri İlişkileri Yönetiminin Unsurları, Müşterilerle İletişim ve Değer Yaratmak, Müşteriyi Kazanma Tutma ve Müşteri Yaşam boyu Değeri Oluşturma, Müşteri İlişkileri Yönetiminde Taraflarla İlişkiler, Müşteri İlişkileri Yönetiminin Diğer Kavramlarla Olan İlişkisi, Müşteri İlişkileri Yönetimi ve E-Ticaret, Müşteri İtirazları ve Şikâyet Yönetimi, MİY' de Başarısızlık Nedenleri, Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Satış Yönetimi, MİY Sektör Uygulamaları, Müşteri İlişkileri Yönetiminin Ölçülmesi ve Yatırımın Geri Dönüşü (ROI).					
RKL3008	SÖZLÜ İLETİŞİM ve HİTABET	3	0	3	4
Sözlü İletişim Kavramı ve Süreci, İletişim Türleri ve Sözlü İletişim, Sözlü İletişimde Mesaj Tasarımı, Günlük Yaşamda Sözlü İletişim, Çalışma Yaşamında Sözlü İletişim, Sözlü İletişim ve Dil, Sözlü İletişim ve Retorik, Dinleme Türleri ve Etkin Dinleme, Hitabette Temel İlkeler, İyi Bir Konuşmacıda Bulunması Gereken Özellikler, Hitabetin Kullanıldığı Alanlar, Sözlü İletişim ve Hitabette Beden Dili, İkna Sürecinde Sözlü İletişim ve Hitabet, Sözlü İletişim ve Hitabette Diksiyon.					
RKL3010	GÖSTERGEBİLİM	3	0	3	5
Göstergebilimde Temel Kavramlar ve Tarihsel Çerçeve, Dilbilim, Yapısalcılık, Postyapısalcılık, Ferdinand De Saussure'un Göstergebilim Yaklaşımı, Charles Sanders Peirce'in Göstergebilim Yaklaşımı, Roland Barthes'ın Göstergebilim Yaklaşımı, Rus Biçimciliği ve Dilbilim Ekolü, Umberto Eco ve Lévi Strauss'ın Göstergebilim Yaklaşımı, Fotoğraf Ve Göstergebilim, Sinema ve Göstergebilim, Haberin Göstergebilimsel Çözömlmeleri, Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Göstergebilim, Yeni Medya, Dijitalleşme ve Göstergebilim.					
RKL3012	SANAT SOSYOLOJİSİ	3	0	3	5
Neden Sosyoloji?, Sanat Nedir? Sanatçı Kime Denir?, Sosyolojiden Sanat Sosyolojisine, Sanat ,Estetik, Kültür, Bakmak, Görmek, Yaratmak, Sanatın İç Dinamikleri, Sanatın Dış Dinamikleri, Sanatın Toplumsal Boyutları, Tasarım Sanat Mı ?, Toplumsal Değişim ve Sanat, Sanatın Üretim ile Tüketim Süreçleri, Sanatın Dijitalleşmesi, Sanatın Geleceği, Geleceğin Sanatı, Türkiye'de Sanat.					





4.SINIF	VII. YARIYIL				
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
RKL4001	REKLAM AJANSI YÖNETİMİ	3	0	3	8
Ajans Kavramı ve Türleri, Reklam Ajansının Tanımı ve İşlevleri, Reklam Ajansının Tarihsel Gelişimi, Reklam Verenin Reklam Ajansı Seçim Süreci, Reklam Ajanslarının Organizasyonu ve Yönetimi, Reklam Ajansında Stratejik Planlama, Reklam Ajansında Yaratıcı Birim, Reklam Ajansında Müşteri İlişkileri Yönetimi, Reklam Ajansında Medya Planlama ve Satın Alma, Reklam Ajansında Prodüksiyon Süreci, Reklam Ajansı Türleri I: Tam Hizmet Ajansı ve Butik Ajans, Reklam Ajansı Türleri II: Uzman Ajans, Modüler Hizmet Ajansı, Rolodeks Ajans, Reklam Ajansı Türleri III: Kurum İçi Ajans, Reklam Ajansı Türleri IV: Dijital Ajans.					
RKL4003	SOSYAL PSİKOLOJİ	5	0	5	5
Sosyal Psikolojinin Bazı Temel Kavramları, Sosyal Psikolojinin Gelişim Süreci ve Diğer Sosyal Bilimlerle İlişkisi, Sosyal Psikolojide Araştırma Metotları ve veri Analizi, Sosyal Psikolojide Temel Kuramlar Duygu, Çekicilik, Sevgi, Yakınlaşma, Aşk, Öfke ve Saldırganlık, Kişilik, Benlik ve Kimlik, Algı ve Algı Yönetimi, Tutumlar ve Önyargı, Sosyal Etki ve Uyma Davranışı, Sosyal Gruplar, İletişim, Duygusal Zekâ, Liderlik.					
RKL4005	KÜLTÜR SOSYOLOJİSİ	3	0	3	5
Kültür Sosyolojisinin Gelişimi, Kültüre Antropolojik Yaklaşım, Gelenek, Kültür ve Modernlik, Klasik Sosyolojik Kuramda Kültür, Bütünleştirici ve Çatışmacı Öğelerin Kaynağı Olarak Kültür, Kültürel Çalışmalar, Postmodernizm ve Kültür, Küreselleşme ve Kültür, Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Kültür Ortamı, Tüketim Kültürü, Sanal Gerçeklik ve Kültür, Sanat: Sanatın Üretimi ve Tüketimi, Görsel Kültür, Popüler Kültür.					
RKL4007	ÇALIŞMA İLKELERİ ve ETİK	3	0	3	4
Endüstri İlişkilerine Giriş, Endüstri İlişkilerinde Sistem Teorisi, Çalışma İlişkileri Kuramları, Çalışma Yaşamında Devlet, Çalışma Yaşamında Birey ve Kişilik, Çalışma Yaşamında Duygular, Değerler, Tutumlar ve İş Tanımı, Çalışma Yaşamında Gruplar ve Takımlar, Çalışma İlişkilerinde Çatışma, Çalışma İlişkilerinde Stres ve Yönetimi, İşçi ve İşveren Sendikaları, Toplu Pazarlık ve Toplu İş Uyuşmazlıkları, Çalışma İlişkilerinde Güncel Gelişmeler, Çalışma İlişkilerinde Psikolojik Sözleşme ve Kariyer, Çalışma Yaşamında Etik Davranışlar ve Yönetimi.					
RKL4009	SIYASAL İLETİŞİM	3	0	3	8
Olgu Süreci ve Kavram Olarak Siyasal İletişim, Siyasal İletişimin Öncülü Olarak Siyasal Propaganda, Siyasal İletişim Çerçevesinde Kamuoyu ve Kamuoyu Araştırmaları, Siyasal Seçimler ve Siyasal Katılım, Siyasal İletişim Süreci ve Aktörleri, Siyasal Pazarlama ve Siyasal Kampanya Yönetimi, Dünyada ve Türkiye'de Siyasal Kampanyalar, Siyasal Kampanyalarda Kullanılan İkna Stratejileri, Siyasal Kampanyalarda Kullanılan Yöntem ve Teknikler, Siyasal Reklamcılık Uygulamaları, Siyasal İmaj, Bir İkna Unsuru Olarak Seçim ve Seçim Müzikleri, Sivil Toplum Hareketleri, Lobicilik ve Kamu Diplomasisi, Dijital Siyaset : Yeni Medya ve Siyasal İletişim.					
4.SINIF	VIII. YARIYIL				
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
RKL4002	REKLAM ARAŞTIRMALARI ve ETKİNLİK ÖLÇÜMÜ	3	0	3	7
Reklamcılıkta Araştırma ve Ölçümlemeye Giriş, Reklam Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi, Reklam Araştırmalarında Planlama, Nitel Araştırma Yöntemleri, Nicel Araştırma Yöntemleri, Reklam Araştırmalarında İkincil Veri Toplama, Reklam Araştırmalarında Anket Yoluyla Veri Toplama, Reklam Araştırmalarında Ölçme ve Ölçekler, Reklam Araştırmalarında Örneklem, Reklam Kampanyası Öncesi Araştırmalar, Reklam Kampanyası Esnasında ve Sonrasında Etkililiğinin Ölçülmesi, Reklam Araştırmalarında Raporlama, Reklam Araştırmalarında Etik, Araştırma Sektörü ve Kariyer Olanakları.					
RKL4004	DİJİTAL KÜLTÜR ve SOSYAL MEDYA	3	0	3	5
Dijitalleşmenin Kavramsal ve Tarihsel Süreci, Dijital Kültür ve Kimliğin İnşası, Dijital Kültür Sürecinde İletişim Dili, Dijitalleşme ve Nesillerin Dönüşümü, Medya Okuryazarlığından Dijital Okuryazarlığa, Sosyal Medyanın Kavramsal ve Tarihsel Süreci, Sosyal Medyada Mahremiyet ve Paylaşım Kültürü, Dijital Kültür ve Dijital Oyunlar, Kurumlarda Dijitalleşme ve Yönetime Katılım, Sağlık İletişiminde Dijitalleşme ve Sosyal Medya, Siyasetin Dijitalleşmesi ve Sosyal Medya, Dijital Mecra Reklamcılığı Ticarete Dijitalleşme: e-ticaret, Dijitalleşmede Hukuksal ve Etik Düzenlemeler.					
RKL4006	KİŞİLERARASI İLETİŞİM	3	0	3	5
Kültür, Toplum ve İletişim, Kültürlerarası İletişim: Tanım ve İşleyiş, Kültürlerarası İletişimi Etkileyen Faktörler, Kültürlerarası İletişim Yeterliği, Kültürlerarası Çeşitlilik ve Psikoloji, Kültürlerarası Farklılaşma, Dil-Kültür Bağlantısı ve İletişim, Kültürlerarası İletişimde Enformasyon Sistemleri, Kültürel Boyutlar ve Değer Yönelimleri Yaklaşımları, İletişimsel Eylem Kuramı ve Kültürlerarasılık, Çalışma Yaşamında Kültürlerarasılık, Göç, Kültür ve Küreselleşme, Kültürel Miras Yönetimi, Küreselleşme, Medya ve Kültürlerarası İletişim.					
RKL4008	İLETİŞİM HUKUKU	3	0	3	6
İletişim ve Hukuk, Kitle İletişim Hukukunun Temelleri, Kitle İletişim Özgürlüğü, Basının Hukuki Rejimi, Radyo ve Televizyon Yayınlarının Hukuki Rejimi- I, Radyo ve Televizyon Yayınlarının Hukuki Rejimi- II, Basın ve Yayıncılıkta Hukuki Sorumluluk, Basın ve Yayıncılıkta Cezai Sorumluluk, Cevap ve Düzeltme Hakkı, Kitle İletişiminde Düzenleyici ve Denetleyici Kurumlar, Sinema Eserlerinin Denetimi, Reklamların Hukuki Denetimi, İnternet Yayınlarının Hukuki Rejimi, Basın İş Hukukunun Temel Kavramları.					
RKL4010	EKİP ÇALIŞMASI ve LİDERLİK	3	0	3	7
Grup Ekip Takım Nedir?, Ekip Çalışması ve İnsan İlişkileri, Ekip Çalışmasının Temel Faktörleri, Ekip Çalışmasının Yönetimsel İlkeleri, Ekip Çalışmasında Motivasyon, Ekip Çalışmasında Ödül, Teşvik ve Hedef Yönetimi, Ekip Çalışmasında Güven, Ekip Çalışması ve Stres Yönetimi, Yönetimde Güç, Yetki ve Liderlik, Liderlik Teorileri, Çatışma Yönetimi ve Çözümleyici Liderlik, Liderlik ve Değişim, Liderlik ve Performans Değerlemesi, Liderlik ve Etik.					

