



YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ DERS ÖĞRETİM PLANI

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Dersin Türü (Z/S)	T+U+L (Saat/Hafta)	Kredi	AKTS	Eğitim Dili
GZT111	Temel Bilgisayar Teknolojileri I	1	Z	1+1+0	2	2	Türkçe
DERS BİLGİLERİ							
Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)		Temel Bilgi Teknolojileri					
Dersin Amacı		Bilgisayar okuryazarı olabilmek için Bilişim sistemleri hakkında temel bilgiler verilerek işletim sistemi ve ofis uygulama programlarının (MS Word, Excel, PowerPoint, Access) temel seviyede kullanım becerilerini vermektir.					
Dersin Seviyesi		Lisans					
Öğretim Yöntemi		() Örgün (X) Uzaktan					
Dersi Yürüten Öğretim Elemanları		Dr. Öğr. Üyesi Nazmi Ekin Vural					
Dersin Ön Koşulu Ders(ler)i		Yok					
Kaynaklar		1. Temel Bilgi Teknolojisi Kullanımı, Ömer Bağcı- İsmail Sarı, Seçkin Yayıncılık. 2. Yeni Başlayanlar İçin Bilgisayar, Zeydin PALA, TÜRKMEN Kitabevi.					
Dersin Öğrenim Çıktıları		1. Temel Bilgi Teknolojisi ile ilgili temel kavramları bilir. 2. Bilgisayarın temel yapılarını ve işleyişlerini bilir. 3. Bilgisayarı oluşturan temel donanımları tanıır. 4. Bilgisayar türlerini, sınıflandırmasını ve yapısal farklılıklarını bilir.					
DERS İÇERİĞİ							
1.Hafta	Dersin tanımı ve genel bilgiler						
2.Hafta	Bilgisayara Giriş						
3.Hafta	İşletim Sistemi ve Dosya Yönetimi						
4.Hafta	Bilgi ve İletişim (İnternet, Ağ Kavramları, ...)						
5.Hafta	Kelime İşlemci Giriş						
6.Hafta	Kelime İşlemci - Biçimlendirme (Metin , Paragraf, Belge) ve Yazdırma						
7.Hafta	Kelime İşlemci - Nesneler (Tablo, Resim Görüntü, Grafik)						
8.Hafta	Ara Sınav						
9.Hafta	Sunum Hazırlama						
10.Hafta	Tablolama (Giriş, Hücreler ve Çalışma Sayfaları, Biçimlendirme)						
11.Hafta	Tablolama (Grafikler, Formüller ve İşlevler)						
12.Hafta	Veritabanı						
13.Hafta	Ödev Sunumları						
14.Hafta	Genel tekrar						
15. Hafta	Final Sınavı						
DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ							
Dönem İçi Çalışma Etkinlikleri			Sayısı		Katkısı		
Ara Sınav			1		%30		
Ödev			1		%10		
Uygulama							
Forum					%10		
Kısa sınav							

Dönemiçi Çalışmaların Yarıyıl Başarıya Oranı (%)		%50
Finalin Başarıya Oranı (%)		%50
Toplam		%100

DERS İŞ YÜKÜ TABLOSU

Etkinlik	Toplam Hafta Sayısı	Süre (Haftalık Saat)	Toplam İş Yüğü
Teori	14	1	14
Uygulama	14	1	14
Okuma	12	1	12
İnternet Taraması, Kütüphane Çalışması			
Materyal Tasarlama, Uygulama			
Rapor Hazırlama			
Sunu Hazırlama			
Sunum			
Ara Sınav ve Ara Sınava Hazırlık	1	5	5
Final Sınavı ve Final Sınavına Hazırlık	1	5	5
Diğer			
Toplam İş Yüğü			50
Toplam İş Yüğü / 25 (s)			50/25
Dersim AKTS Kredisi			≅ 2

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI KATKI DÜZEYLERİ

No	Program Öğrenme Çıktıları	1	2	3	4	5
1	Halkla İlişkiler, reklam, pazarlama ve bütünleşik pazarlama iletişimi alanına ilişkin temel kavram, kuram, yöntem ve modellerini bilir.	X				
2	Alanında yapılan faaliyetlerle ilgili periyodik raporlama yapmasını ve halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili araştırma, planlama yapma yöntem ve tekniklerini bilir.	X				
3	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında hedef kitlelere uygun medya planlaması süreçlerini ve hedef kitleye uygun halkla ilişkiler ve reklam mesajları oluşturulmasını bilir.	X				
4	Örgütsel iletişim modelleri ve işleyişini ve halkla ilişkilerin bir yönetim fonksiyonu olduğunu bilir.	X				
5	Kurum ve kuruluşların tanıtımıyla ilgili medya ve dijital medya iletişim tekniklerini ve kriz yönetimi süreçlerini bilir.	X				
6	Reklamcılıkla ilgili yasal düzenlemeleri ve etik değerleri bilir.	X				
7	Kurum ve kuruluşların, tüm paydaşlara yönelik iletişim çalışmalarını yapar ve etkinliklerini düzenler.	X				
8	Reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarından pazarlama araştırmalarını yapma, tüketici davranışını araştırma ve bu araştırma verileri doğrultusunda planlama yapma becerisine sahiptir ve reklam mesajlarını, iletişim ortamlarının farklı özelliklerini dikkate alarak oluşturur.	X				
9	Halkla İlişkiler ve reklam kampanyalarını yürütür ve medya reklam kampanyalarını planlar ve yürütür.	X				
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında dijital ortamlar, sosyal medyayı ve alanında güncel ve etkili sunum tekniklerini kullanır.	X				
11	Ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.	X				
12	Toplumsal gelişmeleri yakından izleyerek hedef kitle davranışlarındaki değişimleri araştırıp elde ettiği bilgileri halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarında kullanma yeteneğine sahiptir.	X				
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sorunları çözmek için bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alır ve yönetim becerisine sahiptir.	X				
14	Alanı ile ilgili projelerde ortaya çıkabilecek krizleri öngörür.	X				

15	Alanı ile ilgili gerekli durumlarda sorumluluk alarak ortaya çıkan sorunları çözer. Alanında faaliyet gösteren paydaşlarla iletişim kurar, sorunlarla ilgili çözümler önerir.	X				
16	Halkla ilişkiler, kurumsal iletişim ve reklamcılık alanlarındaki yenilikleri sürekli takip ederek bu doğrultuda içerikler oluşturur.	X				
17	Geleneksel ve dijital mecralardaki tüketici davranışlarını bilimsel yöntemlerle analiz etme ve bu mecraların kendine özgü dinamiklerini değerlendirme yetkinliğine sahiptir.	X				
18	Alanı ile ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.	X				
19	Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.	X				
20	Yaşam boyu öğrenme prensibini kendisine ilke edinerek, alanı ile ilgili gelişmeleri; yenilikleri, fikirleri, yöntem ve teknikleri düzenli olarak takip etme ve kendi çalışmalarında etkin bir şekilde kullanma yetkinliğine sahiptir.	X				

Not: 1-En düşük 5- En yüksek