



**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
GZT235	EKONOMİ	2	Z	2+0+0	2	3	Türkçe
<b>DERS BİLGİLERİ</b>							
<b>Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)</b>	Ekonominin temel kavramları, ekonomik sistemler, piyasa kavramı ve piyasa türleri, arz ve talep kavramı, talebin özellikleri, talebi etkileyen faktörler ve talep esnekliği, arzın özellikleri, arzı etkileyen faktörler ve arz esnekliği, tüketim teorisi, üretim teorisi, kısa ve uzun dönem üretim modelleri, azalan verimler yasası, üretim maliyetleri, makro ekonominin temel kavramları, ekonomik sistem ve işleyişi, milli gelir tanımları, gelir dağılımı, para politikası araçları, ekonomik durumlar, istihdam ve istihdam çeşitleri, işsizlik ve çeşitleri, Türkiye ekonomisi konuları ders içeriğini oluşturmaktadır.						
<b>Dersin Amacı</b>	Dersin amacı öğrencilere genel ekonomi bilgisi kazandırmaktır.						
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans						
<b>Öğretim Yöntemi</b>	() Örgün (X) Uzaktan ( ) Karma/Hibrit						
<b>Dersi Yürüten Öğretim Elemanları</b>	Öğr. Gör. Berk Küsbeci						
<b>Dersin Ön Koşulu Ders(ler)i</b>	-						
<b>Kaynaklar</b>	<b>Kullanılan Kaynaklar</b> *Doç. Dr. Yılmaz KILIÇASLAN ve Doç. Dr. Ethem ESEN (Editörler), İktisada Giriş, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3919, 2019. *Prof. Dr. Bülent GÜNŞOY (Editör), İktisada Giriş, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3995, 2020. *Prof. Dr. Erdal ÜNSAL İktisada Giriş, BB101 Ekin Yayınevi, 2016. *Prof. Dr. Zeynel DİNLER İktisada Giriş, Ekin Yayınevi, 2018.						
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	1. Temel iktisadi sorunu ve ekonomi biliminin anlamını tanımlayabilecektir. 2. Fiyat ve miktar değişimleri ile ilgili tahminlerde arz ve talebi kullanabilecektir. 3. Çeşitli piyasa türleri arasındaki farkı ayırt edebilecek ve tasvir edebilecektir. 4. Milli gelir, milli gelir hesaplama yöntemleri ve milli gelirle ilgili kavramları açıklayabilecektir. 5. Para, döviz, enflasyon, işsizlik, büyüme ve dış ticaret gibi makroekonomik konuları yorumlayabilecektir.						
<b>DERS İÇERİĞİ</b>							
<b>1.Hafta</b>	Temel Kavramlar ve Tüketici Davranışı (1) - Temel Kavramlar - Kıtık ve Tercih - İktisadın Temel Soruları						
<b>2.Hafta</b>	Temel Kavramlar ve Tüketici Davranışı (2) - Tüketici Davranışları ve Fayda - Grafikleri Anlamak						
<b>3.Hafta</b>	Arz, Talep ve Esneklik (1) - Talep - Arz						
<b>4.Hafta</b>	Arz, Talep ve Esneklik (2) - Piyasa Dengesi - Esneklik						
<b>5.Hafta</b>	Üretim, Maliyetler ve Firma Davranışı (1) - Üretim - Maliyetler						
<b>6.Hafta</b>	Üretim, Maliyetler ve Firma Davranışı (2) - Kâr Maksimizasyonu						
<b>7.Hafta</b>	Makroekonominin Kapsamı ve Temel Makroekonomik Değişkenler (1) - Makroekonominin Kapsamı ve Tarihçesi						
<b>8.Hafta</b>	Makroekonominin Kapsamı ve Temel Makroekonomik Değişkenler (2) - Ekonomik Performansın Ölçülmesi ve Temel Makroekonomik Değişkenler						
<b>9.Hafta</b>	Milli Gelir Düzeyinin Belirlenmesi (1) - Devletin Olmadığı Dışa Kapalı Bir Ekonomide Denge Gelir Düzeyinin Belirlenmesi - Devletin Olduğu Dışa Kapalı Bir Ekonomide Denge Gelir Düzeyinin Belirlenmesi						
<b>10.Hafta</b>	Milli Gelir Düzeyinin Belirlenmesi (2) - Devletin Olduğu Dışa Açık Bir Ekonomide Denge Gelir Düzeyinin Belirlenmesi						
<b>11.Hafta</b>	Para ve Bankacılık (1) - Paranın Tanımı, İşlevleri ve Ölçülmesi - Paranın Tarihsel Gelişimi						
<b>12.Hafta</b>	Para ve Bankacılık (1) - Bankacılık Sistemi ve Para Arzı - Merkez Bankaları - Para Arzı, Para Talebi ve Denge Faiz Oranı						
<b>13.Hafta</b>	Toplam Talep Toplam Arz Analizi ve Politika Uygulamaları (1) - Toplam Talep (Ad) - Toplam Arz (As)						
<b>14.Hafta</b>	Toplam Talep Toplam Arz Analizi ve Politika Uygulamaları (2) - Toplam Arz ve Toplam Talep Dengesi (Denge Çıktı Ve Fiyat Düzeyi) - Toplam Arz ve Toplam Talebe Yönelik Politikalar						
<b>15. Hafta</b>	Final Sınavı						

**DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ**

Dönem İçi Çalışma Etkinlikleri	Sayısı	Katkısı
Ara Sınav	-	-
Ödev	-	-
Uygulama	-	-
Forum	-	-
Kısa sınav	5	%50 (%10 X 5)
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	3	42
Uygulama			
Okuma	10	1	10
İnternet Taraması, Kütüphane Çalışması	10	1	10
Materyal Tasarlama, Uygulama			
Rapor Hazırlama			
Sunu Hazırlama			
Sunum			
Ara Sınav ve Ara Sınava Hazırlık	5	2	10
Final Sınavı ve Final Sınavına Hazırlık	1	10	10
Diğer			
Toplam İş Yüğü			82
Toplam İş Yüğü / 25 (s)			82/25
Dersim AKTS Kredisi			≅ 3

**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

Bozok