



**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
GZT121	Temel Bilgisayar Teknolojileri I	1	Z	1+1+0	2	2	Türkçe

**DERS BİLGİLERİ**

<b>Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)</b>	Temel Bilgisayar Teknolojileri II
<b>Dersin Amacı</b>	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.
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans
<b>Öğretim Yöntemi</b>	( ) Örgün ( X ) Uzaktan
<b>Dersi Yürüten Öğretim Elemanları</b>	Dr. Öğr. Üyesi Nazmi Ekin Vural
<b>Dersin Ön Koşulu Ders(ler)i</b>	Yok
<b>Kaynaklar</b>	1. Temel Bilgi Teknolojisi Kullanımı, Ömer Bağcı- İsmail Sarı, Seçkin Yayıncılık. 2. Yeni Başlayanlar İçin Bilgisayar, Zeydin PALA, TÜRKMEN Kitabevi.
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	1. Temel Bilgi Teknolojisi ile ilgili temel kavramları bilir. 2. Bilgisayarın temel yapılarını ve işleyişlerini bilir. 3. Bilgisayarı oluşturan temel donanımları tanımlar. 4. Bilgisayar türlerini, sınıflandırmasını ve yapısal farklılıklarını bilir.

**DERS İÇERİĞİ**

<b>1.Hafta</b>	Dersin tanımı ve genel bilgiler
<b>2.Hafta</b>	Bilgisayara Giriş
<b>3.Hafta</b>	İşletim Sistemi ve Dosya Yönetimi
<b>4.Hafta</b>	Bilgi ve İletişim (İnternet, Ağ Kavramları, ...)
<b>5.Hafta</b>	Kelime İşlemci Giriş
<b>6.Hafta</b>	Kelime İşlemci - Biçimlendirme (Metin , Paragraf, Belge) ve Yazdırma
<b>7.Hafta</b>	Kelime İşlemci - Nesnelere (Tablo, Resim Görüntü, Grafik)
<b>8.Hafta</b>	Ara Sınav
<b>9.Hafta</b>	Sunum Hazırlama
<b>10.Hafta</b>	Tablolama (Giriş, Hücreler ve Çalışma Sayfaları, Biçimlendirme)
<b>11.Hafta</b>	Tablolama (Grafikler, Formüller ve İşlevler)
<b>12.Hafta</b>	Veritabanı
<b>13.Hafta</b>	Ödev Sunumları
<b>14.Hafta</b>	Genel tekrar
<b>15. Hafta</b>	Final Sınavı

**DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ**

Dönem İçi Çalışma Etkinlikleri	Sayısı	Katkısı
<b>Ara Sınav</b>	1	%30
<b>Ödev</b>	1	%10
<b>Uygulama</b>		
<b>Forum</b>		%10
<b>Kısa sınav</b>		

<b>Dönemiçi Çalışmaların Yarıyıl Başarıya Oranı (%)</b>		%50
<b>Finalin Başarıya Oranı (%)</b>		%50
<b>Toplam</b>		%100

### DERS İŞ YÜKÜ TABLOSU

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

### PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI KATKI DÜZEYLERİ

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

<b>15</b>	Alanı ile ilgili gerekli durumlarda sorumluluk alarak ortaya çıkan sorunları çözer. Alanında faaliyet gösteren paydaşlarla iletişim kurar, sorunlarla ilgili çözümler önerir.	X				
<b>16</b>	Halkla ilişkiler, kurumsal iletişim ve reklamcılık alanlarındaki yenilikleri sürekli takip ederek bu doğrultuda içerikler oluşturur.	X				
<b>17</b>	Geleneksel ve dijital mecralardaki tüketici davranışlarını bilimsel yöntemlerle analiz etme ve bu mecraların kendine özgü dinamiklerini değerlendirme yetkinliğine sahiptir.	X				
<b>18</b>	Alanı ile ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.	X				
<b>19</b>	Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.	X				
<b>20</b>	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