

Genel Bilgi

24.10.2011 tarihinde kurulan İletişim Fakültesi bünyesinde yer alan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü 2013-2014 Eğitim-Öğretim yılında eğitim öğretim hayatına geçmiştir. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü'nün Lisans Programı, her biri 30 AKTS değerinde 8 yarıyıldan oluşan 4 yıllık bir programdır. Bölümümüz 1 doçent ve 4 yardımcı doçentten oluşan akademik kadroya sahiptir.

Bölümde lisans öğrencileri ilk yıl Temel Bilgisayar, Türk Dili, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi, Yabancı Dil ortak zorunlu derslerle birlikte, Genel İktisat, İletişime Giriş, Davranış Bilimleri, Güzel Sanatlar, Temel Hukuk, Sosyoloji, İstatistik, Pazarlama İletişimi, Halkla İlişkilere Giriş, Reklamcılığa Giriş gibi bölümün uzmanlık alanına temel oluşturacak içerikte olan konuları öğrenirler. İkinci sınıfta öğrenciler, Kişilerarası İletişim, Araştırma Yöntemleri, Grafik Tasarım, Reklam Fotoğrafçılığı, İletişim Kuramları, Tüketici Davranışı, Kurumsal İletişim, Halkla İlişkiler Uygulamaları, Reklam Metin Yazarlığı, Mesleki Yabancı Dil gibi iletişim formasyon dersleri ve meslek derslerini alırlar. Üçüncü sınıfta Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, Sanal Ortamda Reklamcılık, İletişim Hukuku ve Etiği, Diksiyon, Medya Planlama, Radyo ve Televizyonda Reklam Teknikleri gibi zorunlu dersler ve her yarıyıldaki iki seçmeli dersle halkla ilişkiler ve reklamcılığın temellerini tamamlayan öğrenciler, dördüncü sınıfta ileriye dönük çalışacakları alanla ilgili (Halkla İlişkiler, Reklam, Pazarlama) dersleri seçerek o alana yoğunlaşırlar. Dördüncü yılın sonunda hazırlamış oldukları Bitirme Tezi'ni başarıyla savunan öğrenciler, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanında lisans diplomasına sahip olurlar. Bu diploma ile öğrenciler çalışacakları kurumlarda "Kurumsal İletişim Müdürü/Yöneticisi", "Halkla İlişkiler Uzmanı" "Reklam Direktörü" İçerik Yöneticisi" gibi ünvanlar alırlar.

Niğde Üniversitesi Merkez Yerleşke alanında geçici olarak Mimarlık Fakültesi binasında hizmet veren İletişim Fakültesi, bilgisayar ve projeksiyon destekli derslikleri ve bilgisayar laboratuvarları, her bölümün ihtiyacı doğrultusunda oluşturulmuş atölyeleri ve sinema salonu ile Türkiye'nin en donanımlı ve modern iletişim fakültesi olmaya aday binasına 2016-2017 Eğitim-Öğretim yılında taşınacaktır. Niğde Üniversitesi İletişim Fakültesi, kurumlara ve bireylere hedef kitleleriyle iletişimde öncülük eden, nitelikleriyle uluslararası alanda aranılan stratejik iletişim liderleri yetiştirmektedir.

Amaç ve Hedefler

Amaç

Ürün, hizmet ya da marka iletişimini içeren halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplinleri alanında kuramsal ve uygulamalı bilgilerle donatılmış, bu bilgiler ışığında yaratıcılığını üst seviyede ortaya koyabilen halkla ilişkiler ve reklam uzmanları yetiştirmektedir.

Hedef

İletişim süreçlerinin tüm boyutlarına hakim, bilgi ve becerilerini kullanma yeteneğine sahip, yaşamın her alanında etik duruştan ödün vermeyen, günümüzün çağdaş bilgi ve becerileriyle donatılmış, ülkesinin ve dünyanın içinde bulunduğu koşulları ve gelişmeleri yakından izleyen uluslararası alanda aranılan stratejik iletişim liderleri yetiştirmektedir.

Düzy-Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ) ve Verilen Derece

Programı başarıyla tamamlayan öğrencilere HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK LİSANS DERESESİ verilecektir. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı 240 ECTS kredisinden oluşan 4 yıllık bir programdır. Program, Bologna Süreci'nin "Yükseköğretimde Avrupa Yeterlilikler Üst Çerçevesi (QF-EHEA)"nde tanımlanan "Birinci Düzey (First Cycle)" ile "Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ)" 'nde tanımlanan "6. Düzey" yeterlilikleri için belirlenmiş olan AKTS kredi koşullarını ve düzey yeterliliklerini; aynı zamanda, "Avrupa Yaşam Boyu Öğrenme Yeterlilikler Çerçevesi (EQF-LLL)" nde tanımlanan "6. Düzey" yeterliliklerini sağlamaktadır.

Kabul Koşulları

Türk öğrenciler, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü'ne Öğrenci Seçme & Yerleştirme Merkezinin (ÖSYM) yaptığı Yüksek Öğretime Giriş (YGS) ve Lisans Yerleştirme Sınavı (LYS) sonucuna göre kabul edilirler. ÖSYM tarafından düzenlenen LYS (Lisansüstü Yerleştirme Sınavı) sınavında başarılı olanların SÖZ-1 puan türündeki tercih sıralamasına göre yerleştirilmesi yapılır. Yabancı uyruklu öğrenciler, programa üniversiteye yaptıkları

direkt başvuruların değerlendirilmesi sonucunda kabul edilirler. Daha fazla bilgi için Kurumsal Bilgiler Menüsü'nde yer alan "Lisans ve Ön Lisans Kabul Prosedürleri ve Kayıt Prosedürleri Bölümü'nü" ziyaret ediniz. Daha fazla bilgi için lütfen Niğde Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Ofisi ile irtibata geçiniz.

İletişim

Uluslararası İlişkiler Ofisi Niğde Üniversitesi, Kampüs, BorYolu, Niğde, TÜRKİYE

Tel: +90 388 225 21 48

Faks: +90 388 225 23 85

E-posta: erasmus@nigde.edu.tr

Web: <http://www.nigde.edu.tr/uluslararasi/index.php>

Önceki Öğrenimin Tanınması

Niğde Üniversitesi yaşam boyu öğrenme ilkesini esas alarak, daha önce bir başka kurumda alınmış dersleri tanım ve bu derslerin öğrenme çıktıları Niğde Üniversitesi'nde kayıtlı programınkilerle uyumlu olduğu takdirde mezuniyet kredisinden muaf tutar. Öğrenme çıktılarının uyumu ve muafiyet konularına Fakülte Kurulu tarafından ilgili yasa ve yönetmeliklere uygun olarak karar verilir.

Program Profili

Kurumdan çevreye ve çevreden kuruma doğru sürekli ve karşılıklı bir etkileşim olması gerekmektedir. Kurumların çevreleri ile kurduğu düzenli ve doğru etkileşim, çevrenin destek ve güveninin sağlanması ve olumlu bir imajın yaratılması sonucunu getirmektedir. Bunun gerçekleşmesi ise kurumun çevresini oluşturan grupların istek, beklenti ve gereksinimlerinin öğrenilmesi ile mümkün olmaktadır. Bu nedenle kurumlar tanıma ve tanıtma süreci yaşamaktadır. Halkla ilişkiler ve reklam bu süreçte kurumların ihtiyaçlarına yanıt veren iki önemli alan olarak görülmektedir. Burada da bu alanda uygun personel ihtiyacının ve özellikle nitelikli insan kaynakları ihtiyacının karşılanması giderek önem kazanmaktadır. Bu program da bu ihtiyacı karşılayacak, halkla ilişkiler ve reklam ajanslarında, siyasal ve kurumsal danışmanlık şirketlerinde, medya planlama ve satın alma şirketlerinde, sivil toplum örgütlerinde, kamu ve özel sektörde halkla ilişkiler uzmanı, kurumsal iletişim uzmanı ve marka yöneticisi olarak görev alabilecek bireyler yetiştirecektir. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık lisans programı (Bologna Süreci Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi'nde Birinci Düzey, TYYÇ'de 6. Düzey), mezunlarına ileri düzeyde bilgi, beceri ve yetkinlik gerektiren mesleki uygulama alanlarına, araştırma alanlarına, yüksek lisans ve doktora programlarına geçiş yeterlilikleri kazandıran akademik ağırlıklı bir programdır. Programın, "Eğitimde Uluslararası Standart Sınıflandırması (ISCED) 2011" ve "Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ)"ne göre sınıflandırması ve eğitim alanı kodları aşağıda verilmiştir:

•**ISCED Eğitim Alan Kodu:** 342 –Pazarlama ve Reklamcılık

•**ISCED Program Yeterlilik Düzeyi: 6, Kategorisi (Profili): 64, Alt Kategorisi:** 645 - Akademik ağırlıklı lisans derecesi

•**Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ) Temel Alan Kodu:** 34 –İşletme ve Yönetim Bilimleri

•**Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ) Yeterlilik Türü (profili):** Akademik ağırlıklı "6. Düzey" lisans derecesi

Eğitim Öğretim Metotları

Niğde Üniversitesi'ndeki programlarda en çok kullanılan eğitim-öğretim yöntemleri aşağıda verilmiştir. Programlar, amaç ve hedeflerine göre, bu listede sıralanan yöntemlerin çoğunu kullanmaktadır. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü'nün, hedeflediği program öğrenme çıktılarına ulaşmak için, programın tümünde kullandığı eğitim-öğretim yöntemleri "program öğrenme çıktıları" kısmında, programdaki bir dersle ilgili yöntemler ise "ders tanıtım ve uygulama bilgileri" kısmında yer almaktadır.

Kullanılan Eğitim-Öğretim Yöntemlerinden Örnekler

- Ders & Sınıf İçi Etkinlikler
- Grup Çalışması
- Laboratuvar
- Okuma
- Ödev
- Proje Hazırlama
- Seminer
- Staj
- Teknik Gezi
- Web Tabanlı Öğrenme
- Uygulama
- Yerinde Uygulama
- Mesleki Faaliyet
- Sosyal Faaliyet
- Tez Hazırlama
- Alan Çalışması
- Rapor Yazma

Örneklerle Birlikte Mezunların Mesleki Profilleri

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünden mezun olan öğrenciler özel veya kamu sektörü olmak üzere iki farklı alanda istihdam edilmektedirler. Özelde ve kamuda şirketler, bankalar, hastaneler, üniversiteler, halkla ilişkiler ve reklam ajansları halkla ilişkiler ve reklamcılık mezunlarını istihdam etmektedirler. Halkla ilişkiler ve Reklamcılık mezunları çeşitli sivil toplum örgütleri, sendikalar gibi yerlerde de iş bulabilmektedir. Ayrıca halkla ilişkiler mezunları formasyon olarak iletişim liselerinde kadrolu öğretmenlik de yapabilmektedirler. Bunun yanında Türkiye ve yurtdışındaki üniversitelerde ilgili yüksek lisans ve doktora programlarında akademik kariyer de tercih edebilmektedirler.

Yeterlilik Ölçütleri & Yönetmelikler

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Lisans programından mezun olarak bu alanda yeterlilik kazanabilmek için,

- ders planındaki 240 AKTS kredisine sahip olan tüm dersleri başarmak
- 4.00 üzerinden en az 2.00 genel not ortalamasına sahip olmak gerekir.

Detaylı bilgi için "**Niğde Üniversitesi Önlisans - Lisans Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği**"

Akademik İlerleme Olanakları

Bu programı başarıyla tamamlayan öğrenciler, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü'nde ya da bölümle ilgili alanlarda lisans ve bazı durumlarda doktora programlarına başvurabilir. Lisansüstü Eğitim Ulusal Yönetmeliği'ne göre, öğrenciler yüksek lisans programlarına, lisans programlarındaki başarı seviyeleri ve Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) tarafından yapılan Akademik Personel ve Lisansüstü Eğitimi Giriş Sınavı'nda ilgili alanlarda aldıkları puanları esas alınarak kabul edilmektedirler. Bu bağlamda ulusal yönetmelikler ve her üniversitenin senatosu tarafından belirlenen yönetmelikler, ALES sonuçları adayların genel değerlendirmesinde etkilidir. Kurumların yönetmeliklerine bağlı olarak, başvuru alan bölümlerin bazılarında kabul edilmek için yabancı dilde belirli düzeyde yeterlilik de gerekmektedir.

Sınav Yönetmelikleri, Değerlendirme ve Not Sistemi

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık programı süresince öngörülen program öğrenme çıktılarının elde edilip edilmediğini ölçmek için kullanılan yöntemler aşağıda belirtilmiştir. Ders üniteleri ile ilgili çıktılar ise ders tanımının yer aldığı kısımda final notlarına sağladığı katkı ile birlikte gösterilmiştir

- Ara Sınav
- Final Sınavı
- Telafi Sınavı
- Kısa Sınav
- Ödev Değerlendirme
- Rapor Sunma
- Bilgisayarla Sunum Yapma
- Tez Sunma
- Belge Sunma

Sınavlar

Öğrencilerin, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı müfredatında yer alan her bir ders ünitesinin öngörülen öğrenme çıktılarını elde etmede ne kadar başarılı oldukları, dönem içi etkinliklerle ve her dönem sonunda yapılan final sınavlarıyla ölçülmektedir. Dönem içi faaliyetlerin değerlendirilmesi, yönetmelikle belirlenen lisans programlarındaki bütün dersler için zorunlu değerlendirme yöntemleri olarak en az sayıda ara sınav, dersi yürüten öğretim üyesinin uygun gördüğü durumlarda bir ödev ve kısa sınav (quiz) içerir. Programlar, eğitim amaç ve hedeflerini sağlamak amacıyla program ve ders düzeyinde sonuçların başarısını ölçmedeki ihtiyaca bağlı olarak dönem içi faaliyetlerde daha fazla değerlendirme yönteminin tanımlanması için teşvik edilmektedir. Her ders için kullanılan değerlendirme yöntemlerinin niteliği ve sayısı, dönem sonu notuna olan katkıları ile birlikte ders açıklamaları bölümlerinde "Ölçme ve Değerlendirme" başlığı altında verilmiştir. Bu düzenlemeler her dönem başında, önceden ilan edilir ve web sitesinde ders tanımları bölümlerinde yayınlanır. Ara sınav ve final sınavları üniversite tarafından belirlenen ve ilan edilen tarih, yer ve zamanlarda yapılır. Öğrencilerin dönem sonu notları, ara sınav, ödev değerlendirmesi, kısa sınavlar, final sınavı ve varsa diğer değerlendirme sonuçlarına dayanarak öğrencilerin devam şartını sağlaması da dikkate alınarak öğretim elemanları tarafından verilir. Dönem sonu notunun belirlenmesinde final sınavının katkısı Yönetmelikle belirlenen tüm lisans programlarındaki tüm dersler için en az % 40 ve en fazla % 60 olur. Bir ara sınav, ödev, kısa sınav ve /veya final sınavı gerektirmeyen işe yerleştirme gibi dersler, ilgili bölümlerin yönetimleri tarafından belirlenir ve bu dersler için belirli değerlendirme ve not verme yöntemleri yukarıda anlatılan kanallar yoluyla duyurulur. Bu tür faaliyetlerin değerlendirilmesi Senato tarafından belirlenen ilkeler doğrultusunda yapılır ve Başarılı ya da Başarısız olarak değerlendirilir. Değerlendirme: Bir öğrencinin başarısı her ders için tanımlanan her bir değerlendirme (dönem içi çalışmalar ve final) için öğretim elemanı tarafından değerlendirilir.

Değerlendirme

100 tam puan üzerinden yapılır ve dönem sonunda standart sapma ve sınıfın not ortalaması dikkate alınarak ilkeleri Senato tarafından belirlenen bağıl değerlendirme yöntemi kullanılarak harf notuna dönüştürülür. Detaylı bilgi için "**Not Değerlendirme**" bölümünü ziyaret ediniz.

Mezuniyet Koşulları

Bir öğrencinin Halkla İlişkiler ve Reklamcılık programından mezun olabilmesi için aşağıdaki koşulları karşılaması gerekmektedir:

- ders planındaki 240 AKTS kredisine sahip olan tüm dersleri başarmak

- 4.00 üzerinden en az 2.00 genel not ortalamasına sahip olmak gerekir.

Detaylı bilgi için "**Niğde Üniversitesi Önlisans - Lisans Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği**"

Öğretim Türü

Niğde Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Lisans programı, tam zamanlı ve yüz yüze eğitim vermektedir.

Not Değerlendirme

Başarı Notu:

Sınavlardan alınan puanlar 100 üzerinden değerlendirilerek başarı puanı belirlenir. Bir dersteki başarı durumu başarı notu ile belirlenir. Başarı notu o derse ait yarıyıl içinde yapılan çalışmalarda sağlanan yarıyıl içi başarı notu ile yarıyıl sonunda yapılan genel sınavlarda sağlanan başarı notunun birlikte değerlendirilmesiyle belirlenir. Yarıyıl içinde yapılan çalışmalar; ders ve uygulamalarda devam durumu, arazi çalışmaları, uygulama, ödev, proje, staj, atölye, seminer, laboratuvar ve benzeri çalışmalardır. Öğrencinin yarıyıl içi başarı notunun belirlenmesinde, bu çalışmalar akademik takvimde belirlenen yarıyılın son haftasında belirli oranda ara sınav ile birlikte değerlendirilebilir. Genel sınavın ders başarı notuna etkisi en az % 40 en çok % 60 olabilir. Yarıyıl içi başarı notunun ve genel sınavın başarı notuna etki oranları ve öğrencinin başarılı sayılması için yarıyıl içi çalışmaların uygulama şekli, dersin sorumlu öğretim elemanı tarafından yarıyılın ilk iki haftası içinde öğrencilere duyurulur.

Başarı notunun hesaplanmasında bağıl değerlendirme sistemi kullanılır. Bağıl değerlendirmede o dersi alan tüm öğrencilerin aldıkları ders başarı puanlarının aritmetik ortalaması ve istatistiksel dağılımı dikkate alınır. Bağıl değerlendirme sisteminin uygulama esasları Senato tarafından belirlenir.

Ders başarı notları ve katsayıları aşağıdaki şekilde belirlenir:

Başarı Notları (harf ile)	Katsayılar
AA	4,00
BA	3,50
BB	3,00
CB	2,50
CC	2,00
DC	1,50
DD	1,00
FD	0,50
FF	0,00

Başarı Notlarından;

- a) S: Kredisiz derslerde başarılı,
- b) U: Kredisiz derslerde başarısız,
- c) P: Yıllık derslerde birinci yarıyıl sonunda başarılı,
- d) EX: Üniversitenin yaptığı muafiyet sınavında başarılı,
- e) NI: Ağırlıklı ortalamaya katılmayan derslerin notu,
- f) NA: Derse devam ve/veya uygulama şartını yerine getirmediğinden, genel sınavlara girme hakkı olmadığı için başarısız,
- g) T: Transfer edilen dersin notu olarak tanımlanır.

Bir dersten AA, BA, BB, CB, CC, S ve EX notlarından birini alan öğrenci o dersi başarmış sayılır. Bir veya birkaç dersten DC veya DD notu alan öğrenci, dersin alındığı yarıyıldaki ders kayıt formuna yazarak kayıt yaptırdığı tüm derslerin akademik ortalaması 2,00 ve üzerinde ise o dersi/dersleri başarmış sayılır.

T notu; Üniversitenin diğer bölümlerinden veya başka bir üniversiteden geçiş yapan öğrencilere, daha önce almış oldukları ve eşdeğeri bölüm başkanlığının önerisi üzerine fakülte/yüksekokul kurulunca kabul edilen dersler için verilir. Akademik not ortalaması hesaplarına katılmaz.

Akademik Ortalama

Öğrencilerin başarı durumu; yarıyıl akademik ortalaması ve genel akademik ortalamaları hesaplanarak belirlenir. Bir dersin kredisi ile o dersten alınan başarı notunun katsayısının çarpımı o dersin ağırlıklı puanını verir.

Yarıyıl akademik ortalaması, ders planında o yarıyıldaki bulunan derslerden alınması gerekenlerin ağırlıklı puanları toplamının, derslerin kredi toplamına bölünmesi ile bulunur. Yıllık dersler bahar yarıyılı akademik ortalamasına dâhil edilir.

Genel akademik ortalama, öğrencinin öğrenim süresi içinde almak zorunda olduğu bütün derslerden aldığı başarı notları esas alınarak hesaplanacak ağırlıklı puanlar toplamının, alınan derslerin kredi toplamına bölünmesiyle bulunur.

Akademik ortalama hesaplanırken virgülden sonra iki basamak alınır. Virgülden sonraki üçüncü basamaktaki sayı 5 veya daha büyük olduğunda ikinci basamaktaki sayı bir arttırılır.

Yan dal, çift ana dal dersleri ile eğitim-öğretim planında yer almasına rağmen S ve T notları alınan dersler akademik ortalama hesaplamalarında dikkate alınmaz. Öğrencinin tekrar ettiği dersler varsa, o derslerden aldığı en son not akademik ortalamaya dahil edilir.

Öğrenciler, eğer isterlerse, akademik ortalamalarını yükseltmek için DD, DC ve CC notlarını aldıkları dersleri tekrar alabilirler. Bu derslerden aldıkları en son not akademik ortalamaya dâhil edilir.

Bölümün Program Çıktıları

1. Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarına ilişkin yasa ve mevzuatın farkında olma ve uygun davranma becerisi,
2. Sözel yeteneğe ve ikna gücüne sahip olma, insanlarla etkili iletişimde bulunma ve sosyal ilişkilerde başarılı olma becerisi,
3. Gelişkin bir görsel anlatım ve okuma becerisi,
4. Geleneksel ve sosyal medya için gerekli olan teknik araçları ve bilişim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanma becerisi,
5. Alana yönelik araştırmalarda mesleki etik değerler konusunda sorumluluk sahibi olma becerisi,
6. Türkçeyi yazılı ve sözlü olarak etkin bir şekilde kullanma becerisi,
7. Yaratıcı ve eleştirel bakış açısına sahip olma becerisi,
8. Temel sosyal bilimler, iletişim ve medya meslekleri ve sektörleri hakkında yeterli bilgi birikimine sahip olma becerisi,
9. Bilimsel bilginin üretim süreçlerinde yöntem ve teknikleri kullanma becerisi,

10.Toplumsal sorumluluk bilinciyle yaşadığı sosyal çevre için mesleki proje ve etkinlikler planlama ve uygulama becerisi.

Bölümün Öğrenme Çıktıları

1. Türkçenin sözlü ve yazılı olarak etkin kullanımı,
2. Akademik ve sektörel anlamda halkla ilişkiler ve reklamcılık literatürüne hâkimiyet,
3. Bilimsel bilginin etkin kullanımında gerekli yöntem ve teknikleri bilme,
4. Sorgulayıp, araştırabilme ve sorunlara yaratıcı çözüm önerileri getirebilme,
5. Mesaj tasarlayabilme bilgi ve becerisi,
6. Ekonomik, sosyal, politik ve psikolojik açıdan halkla ilişkiler ve reklamcılığı değerlendirebilme,
7. İletişim olgusunu sanatsal ve kültürel açıdan açıklayabilme,
8. İletişim ortam ve araçlarını yetkin kullanabilme,
9. Kurum içi ve kurum dışı iletişim bilgisi,
10. Reklamcılık alanında yaratıcı tasarımlar ve çözüm önerileri sunabilme,
11. Temel kriz yönetimi bilgisi,
12. Temel sponsorluk ve sosyal sorumluluk yönetimi bilgisi,
13. Temel lobicilik yönetimi bilgisi,
14. Temel kurumsal ve kişisel imaj yönetimi bilgisi.

1. SINIF DERS PLANI

I. YARIYIL					II. YARIYIL				
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	P	AKTS	Dersin Kodu	Dersin Adı	T	P	AKTS
HIR1001	Genel İktisat	2	0	3	HIR1002	Halkla İlişkilere Giriş	2	1	5
HIR1003	İletişime Giriş	3	0	5	HIR1004	Reklamcılığa Giriş	2	1	5
HIR1005	Davranış Bilimleri	3	0	4	HIR1006	Sosyoloji	2	0	2
HIR1007	Güzel Sanatlar I	2	1	6	HIR1008	Güzel Sanatlar II	1	2	5
HIR1009	Temel Hukuk	2	0	2	HIR1010	Pazarlama İletişimi	3	0	4
TDL1011	Türk Dili I	2	0	2	HIR1012	İstatistik	2	0	2
YDL1013	Yabancı Dil I	3	0	3	TDL1012	Türk Dili II	2	0	2
ATA1015	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I	2	0	2	YDL1014	Yabancı Dil II	3	0	3
ENF1021	Temel Bilgisayar	2	2	3	ATA1016	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II	2	0	2
TOPLAM		21	3	30	TOPLAM		19	4	30

2. SINIF DERS PLANI

III. YARIYIL					IV. YARIYIL				
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	P	AKTS	Dersin Kodu	Dersin Adı	T	P	AKTS
HIR2001	Kişiler Arası İletişim	2	1	5	HIR2002	Kurumsal İletişim	2	1	4
HIR2003	Araştırma Yöntemleri	2	1	4	HIR2004	Halkla İlişkiler Uygulamaları	2	2	6
HIR2005	Grafik Tasarım I	1	2	6	HIR2006	Reklam Metin Yazarlığı	1	2	6
HIR2007	Reklam Fotoğrafçılığı	1	2	6	HIR2008	Grafik Tasarım II	1	2	6
HIR2009	İletişim Kuramları	3	0	4	HIR2010	Siyasal Düşünceler Tarihi	2	0	4
HIR2011	Tüketici Davranışı	3	0	5	HIR2012	Mesleki Yabancı Dil	3	0	4
TOPLAM		12	6	30	TOPLAM		11	7	30

3. SINIF DERS PLANI

V. YARIYIL					VI. YARIYIL				
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	P	AKTS	Dersin Kodu	Dersin Adı	T	P	AKTS
HIR3001	Medya Okuryazarlığı	2	1	5	HIR3002	Diksiyon	1	2	5
HIR3003	Sanal Ortamda Reklamcılık	2	1	5	HIR3004	Medya Planlama	2	1	5
HIR3005	İletişim Hukuku ve Etiği	3	0	5	HIR3006	Radio Ve Televizyonda Reklam Teknikleri	2	2	5
HIR3007	Staj	0	0	5	HIR3008	Staj	0	0	5
	Seçmeli Ders			5		Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5		Seçmeli Ders			5
SEÇMELİ DERSLERİ									
V. YARIYIL					VI. YARIYIL				
HIR3021	Popüler Kültür	3	0	5	HIR3018	Reklam Senaryosu	1	2	5
HIR3023	Örgüt Psikolojisi	3	0	5	HIR3020	Proje Hazırlama	1	2	5
HIR3025	Kriz İletişimi	2	1	5	HIR3022	Girişimcilik	2	2	5
HIR3027	Sosyal Medya	2	1	5	HIR3024	Siyasal İletişim	3	0	5
HIR3029	Reklam Yapım Teknikleri	1	2	5	HIR3026	Kültürlerarası İletişim	3	0	5
HIR3031	İmagoloji ve Beden Dili	1	2	5	HIR3028	Müşteri İlişkileri Yönetimi	2	1	5
HIR3033	Protokol Yönetimi	2	1	5	HIR3030	İkna Kuramları	3	0	5
HIR3035	Yazışma Teknikleri	1	2	5	HIR3032	Kamuoyu Araştırmaları	3	0	5
HIR3037	Kamuda Halkla İlişkiler	2	1	5	HIR3034	Sosyal Sorumluluk	3	0	5
HIR3039	Felsefe	3	0	5	HIR3036	Retorik	1	2	5
HIR3041	Sponsorluk	1	2	5	HIR3038	Etkinlik Yönetimi	1	2	5

4. SINIF DERS PLANI

VII. YARIYIL					VIII. YARIYIL				
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	P	AKTS	Dersin Kodu	Dersin Adı	T	P	AKTS
HIR4000	Bitirme Tezi	0	2	5	HIR4000	Bitirme Tezi	0	2	5
HIR4003	Ölçme ve Değerlendirme	2	0	5	HIR4004	Reklam Filmi	1	2	5
	Seçmeli Ders			5		Seçmeli Ders			5

	Seçmeli Ders			5		Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5		Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5		Seçmeli Ders			5
SEÇMELİ DERSLERİ									
VII. YARIYIL					VIII. YARIYIL				
HIR4021	Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku	2	0	5	HIR4016	Sanal Ortamda Halkla İlişkiler	2	1	5
HIR4023	Mitoloji	2	0	5	HIR4020	Uluslararası Halkla İlişkiler	2	1	5
HIR4025	Göstergebilim	2	0	5	HIR4022	Ajans Yönetimi	2	1	5
HIR4027	Küreselleşme ve Postmodernite	2	0	5	HIR4024	Grafik ve Animasyon	1	2	5
HIR4029	Marka Yönetimi	2	0	5	HIR4026	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	2	1	5
HIR4031	Web Tasarımı	1	1	5	HIR4028	Güncel Ekonomik Sorunlar	3	0	5
HIR4033	Haber Sunum Teknikleri	1	1	5	HIR4030	Lobicilik	2	1	5
HIR4035	İnsan Kaynakları Yönetimi	1	1	5	HIR4032	Sosyal Politika	3	0	5
HIR4037	Propaganda Teknikleri	2	0	5	HIR4034	Yeni İletişim Teknolojileri	3	0	5
HIR4039	Sinemada Reklam	1	1	5	HIR4036	Çevre ve Politikaları	2	1	5
HIR4041	İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	2	0	5	HIR4038	Türkiye Ekonomisi	3	0	5

Akademik Kadro

Ünvanı	Adı Soyadı	Bölümü
Doç. Dr.	Kazım Özkan ERTÜRK	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Yrd. Doç. Dr.	Nesrin CANPOLAT	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Yrd. Doç. Dr.	Işıl HORZUM	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Yrd. Doç. Dr.	Perihan ŞIKER	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Yrd. Doç. Dr.	Elif ŞEŞEN	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

İletişim

Bölüm Başkanı:

Doç. Dr. Kâzım Özkan ERTÜRK
e-posta: ozkanerturk@mynet.com
Tel: +90 388 225 45 21

Erasmus Koordinatörü:

Yrd. Doç. Dr. Işıl HORZUM
e-posta: isilhorzum@gmail.com
Tel: +90 388 225 45 75

Uluslararası İlişkiler Ofisi:

Prof. Dr. Murat ALP
e-posta: muratalp@nigde.edu.tr
Tel: +90 388 225 23 72

Bölümün Farabi Koordinatörü:

Yrd. Doç. Dr. Perihan ŞIKER
e-posta: gungorperihan@hotmail.com

Tel: +90 388 225 45 74

Bölümün Mevlana Koordinatörü:
Yrd. Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT
e-posta: nesrincanpolat@nigde.edu.tr
Tel: +90 388 225 45 73

Bölüm Sekreteri:
Hayriye YILMAZ
Tel: +90 388 2252460

Adres: Niğde Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Merkez Yerleşke 51143
NİĞDE

Tel: +90 388 225 45 23

Fax: +90 388 225 45 23