



**T.C**  
**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

15/01/2024 tarihinde saat 11:00'da Doç. Dr. Perihan ŞEKER başkanlığında, aşağıda imzaları bulunan üyelerin katılımlarıyla toplanarak gündemdeki konular görüşülmüş ve aşağıdaki kararlar alınmıştır.

- GÜNDEM:**
- 1- Fakültemiz Öz Değerlendirme Takımının Görüşülmesi.
  - 2- Üniversitemiz Kalite Koordinatörlüğü'nün 11/01/2024 tarihli ve 463265 sayılı yazısının görüşülmesi.
  - 3- Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölüm Başkanlığının 12/01/2024 tarihli ve E.463862 sayılı yazısının görüşülmesi.

**KARAR NO: 2024/02:** Fakültemiz Öz Değerlendirme Raporu hazırlık süreci kapsamında Fakültemiz bölümlerinin bilgi, belge ve değerlendirmelerini yapmak üzere oluşturulan “Öz Değerlendirme Takımları”nın aşağıdaki tabloda belirtildiği şekliyle kabulüne oy birliği ile karar verilmiştir.

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öz Değerlendirme Takımı	Başkan: Doç. Dr. Elif ŞEŞEN Üye: Dr. Öğr. Üyesi Hülya Anakız ERTÜRK Üye: Arş. Gör. Serhat MADSAR Öğrenci Temsilcisi: Yaren BULDU
Gazetecilik Bölümü Öz Değerlendirme Takımı	Başkan: Doç. Dr. Simge Deniz DEMİREL Üye: Doç. Dr. Duygu ÜNALAN Üye: Arş. Gör. Dr. Vahdet Mesut AYAN Öğrenci Temsilcisi: Gülay ÖZBEK
Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü Öz Değerlendirme Takımı	Başkan: Dr. Öğr. Üyesi Fatih DİREN Üye: Dr. Öğr. Üyesi Yavuz AKYILDIZ Üye: Arş. Gör. Bilgehan İHTİYAR Öğrenci Temsilcisi: Şule GÜNDÜZ

**KARAR NO: 2024/03:** Yükseköğretim Kalite Güvencesi ve Yükseköğretim Kalite Kurulu Yönetmeliği uyarınca "2023 Yılı Kurum İç Değerlendirme Raporu" hazırlama sürecinde 2023 yılı için ilk defa akran değerlendirmesi yapılacaktır. Fakültemizde bölüm bazında akran değerlendirmesi Öz Değerlendirme Takımlarınca yapılacak olup birim eşleştirmelerinin ve değerlendirme takviminin aşağıdaki tabloda belirtildiği şekliyle kabulüne oy birliği ile karar verilmiştir.

DEĞERLENDİREN	DEĞERLENDİRİLEN	DEĞERLENDİRME TARİHİ
Gazetecilik	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	26.02.2024
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	Radyo, Televizyon ve Sinema	27.02.2024
Radyo, Televizyon ve Sinema	Gazetecilik	28.02.2024

**KARAR NO: 2024/04:** 11/01/2024 tarihinde toplanan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğretim üyelerinin görüşleri ile dış paydaş görüşleri doğrultusunda Eğitim-Öğretim Planının 5. ve 7. yarıyıllarındaki seçmeli ders havuzunun genişletilmesi amacıyla “Temel Pazarlama Stratejileri” seçmeli dersinin 5. yarıyıl seçmeli ders havuzuna, İletişimde Yaratıcı Drama” seçmeli dersinin 7. yarıyıl seçmeli ders havuzuna eklenmesine kararın oy birliğiyle karar verilmiştir.

Ders Tipi	Dersin Kodu	Dersin Adı	T	P	AKTS	Dersin Dönemi
Seçmeli	HIR3047	Temel Pazarlama Stratejileri	3	0	5	V. Yarıyıl
Seçmeli	HIR4047	İletişimde Yaratıcı Drama	2	1	5	VII. Yarıyıl



T.C  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI  
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ BOLOGNA SÜRECİNDE DERS TANITIMI			
<b>Fakülte/M.Y.O/Y.O/Enstitü:</b>	İletişim Fakültesi		
<b>Bölüm</b>	Halka İlişkiler ve Reklamcılık		
<b>Tanıtım Ve Uygulama Bilgileri</b>			
<b>Dersin Adı</b>	Temel Pazarlama Stratejileri		
<b>Dersin İngilizce Adı</b>	Fundamental Marketing Strategies		
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli Ders		
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe		
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans		
<b>Dersin Kodu</b>			
<b>Ders Yarıyılı</b>	5.Yarıyıl (Güz Dönemi)		
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doç. Dr. Banu KÜLTER DEMİRGÜNEŞ		
<b>E-mail</b>	banu.kulterdemirgunes@ohu.edu.tr		
<b>Dersin Yardımcı Elemanı</b>			
<b>D.Y.E Mail</b>			
<b>Kredi Bilgileri</b>			
<b>Teorik:</b> 3	<b>Pratik:</b> 0	<b>Kredi:</b> 3	<b>AKTS:</b> 5
<b>Önşart</b>			
<b>Dersin Amacı</b>	Temel Pazarlama Stratejileri dersi, pazarlama ile pazarlamayı etkileyen çevreyi tanımlamayı, stratejik pazarlama planı ve pazarlama yönetim sürecinin değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Bu ders ile ayrıca pazarlama karmaşı unsurlarının analiz edilmesi ve sürdürülebilir pazarlama bilincinin oluşturulması amaçlanmaktadır.		
<b>Dersin Hedefleri</b>			
1	Temel pazarlama kavramlarının değerlendirilmesi		
2	Plan ve strateji kavramlarının, pazarlama alanında kullanılması yönünde bilginin edinilmesi		
3	Stratejik pazarlama planlarını uygulayabilme bilgi ve yeteneğinin kazanılması		
4	Pazarlama unsurlarının koordineli ve sürdürülebilirlik bilinci ile kullanılması yönünde bilginin kazanılması		
<b>Dersin Kısa İçeriği</b>	Temel Pazarlama Stratejileri dersi plan, strateji, stratejik pazarlama planı gibi temel kavramların tanımı ile ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma unsurlarının yönetimi konularını kapsamaktadır. Bu ders ayrıca sürdürülebilirlik bilinci, pazar bölümlendirme ve hedefleme, hedef pazar seçimi, konumlandırma stratejileri gibi temel pazarlama konularını kapsamaktadır.		
<b>Dersin Kategorisi</b>		<b>Yüzde</b>	
Destek Dersleri		20	
İletişim ve Yönetim Becerileri Dersleri		80	
		<b>Toplam: 100</b>	
<b>Ölçme ve Değerlendirme Biçimi</b>			
<b>Yarıyıl İçi Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı Payı (%)</b>	
<b>Ara Sınav</b>	: 1	30	
<b>Ödev</b>	: 1	20	
<b>Devam</b>	:		
<b>Uygulama</b>	:		



T.C  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI  
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

Laboratuvar	:	
Proje	:	
Atölye	:	
Seminer	:	
Arazi Çalışması	:	
Genel Sınav	:1	50
Toplam	:3	100
<b>Yarıyıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı: 50</b>		
<b>Genel Başarı Oranı: 100</b>		

**Ödevler**

1: İçerik???

**Projeler**

1 İçerik???

**Diğer**

1 İçerik???

**Dersin Haftalık Dilimler Halinde İçeriği**

	Konular	Kaynaklar
1	Pazarlama ve Pazarlamayı Etkileyen İç ve Dış Çevre Faktörleri	
2	Pazarlamada Sürdürülebilirlik Kavramı	
3	Pazarlama Planlaması	
4	Stratejik İşletme Planlaması	
5	Stratejik Pazarlama Planlaması	
6	Portföy Yönetim Matrisleri	
7	Pazar Bölümlendirme Stratejileri	
8	Hedef Pazar Seçim Stratejileri	
9	Konumlandırma Stratejileri	
10	Pazarlama Karması Unsurları Genel Değerlendirmesi	
11	Pazarlama Karması Unsurları Genel Değerlendirmesi	
12	Güncel Pazarlama Yaklaşımları	
13	Örnek Olay Çalışması	
14	Örnek Olay Çalışması	

**Kitaplar**

1	Kotler, P. 2000; Pazarlama Yönetimi, (Çev: Nejat Muallimoğlu), Beta Yayıncılık, İstanbul.
2	Yükselen, C. 2001; Pazarlama-İlkeler, Yönetimi, Detay Yayıncılık, Ankara.

**Ders Notu**

**Diğer**

**AKTS iş yükü tablosu**

Etkinlikler	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü
Ders Süresi	14	3	42
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi	7	6	42
Ödevler	1	20	20
Sunum/ Seminer Hazırlama			



T.C  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI  
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

Ara Sınav	1	20	20
Proje			
Laboratuvar			
Arazi Çalışması			
Genel Sınav	1	30	30
Uygulama			
	<b>Toplam İş Yüğü</b>		154
	<b>Toplam İş Yüğü / 30</b>		5,13333
	<b>Dersin AKTS Kredisi</b>		5

**Dersin Öğrenme Çıktıları**

DOC1	Ürün, hizmet ve fikirlerin pazarlanabilmesi için temel gereklilikleri öğrenmek
DOC2	Ürün, hizmet ve fikirlerin fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtılması konularında bilgi sahibi olmak
DOC3	Pazarlama teorisi ile uygulama süreci arasındaki benzer ve farklı yönleri kavramak
DOC4	Pazarlama karması unsurlarını analiz etmek
DOC5	Sürdürülebilirlik yönünde bir tüketim bilinci kazanmak

<b>Öğrenciye Kazandırılması Amaçlanan Bilgi Ve Beceriler</b>		Düşük	Orta	Yüksek
1	Pazarlama konularına yönelik olarak, sorun çözebilecek düşünce yeterliliğine sahip olur.			X
2	Pazarlama konularında eleştirel düşünme yeterliliği kazanır.			X
3	Stratejik planlar üzerinde düşünebilme yetisini kazanır.			X
4	Temel pazarlama ilkelerinin, pazarlama yönetim sürecine uyarlanması konusunda bilgi kazanır.			X

**Dersin Öğrenim Çıktıları İle Bölümün Öğrenim Çıktılarının İlişkilendirilmesi**

	DÖÇ1	DÖÇ2	DÖÇ3	DÖÇ4	DÖÇ5	DÖÇ6	DÖÇ7	DÖÇ8	DÖÇ9	DÖÇ10	DÖÇ11	DÖÇ12	DÖÇ13	DÖÇ14	DÖÇ15
BÖÇ1															
BÖÇ2															
BÖÇ3															
BÖÇ4	X	X	X	X	X										
BÖÇ5															
BÖÇ6			X	X	X										
BÖÇ7			X	X	X										
BÖÇ8			X	X	X										
BÖÇ9															
BÖÇ10															
BÖÇ11															
BÖÇ12															
BÖÇ13															
BÖÇ14															
BÖÇ15															

**Dersin Kazandırdığı Bilgi ve Beceriler İle Bölüme Özgü Genel Yeterliliklerin İlişkilendirilmesi**

	BOY1	BOY2	BOY3	BOY4	BOY5	BOY6	BOY7	BOY8	BOY9	BOY10	BOY11	BOY12	BOY13	BOY14	BOY15
DY1	X														
DY2	X														
DY3	X	X	X	X	X										
DY4	X	X	X	X	X	X									





T.C  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI  
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

such as sustainable conciousness, market segmentation, target market selection and positioning strategy.

Course Category	Percentage
Supporting Courses	20
Courses of Communication and Management Skills	80
	<b>Total : 100</b>

**Measurement-Evaluation Format**

Studies within a Semester	Number	Percentage (%)
Midterm	1	30
Homework	1	20
Attendance	:	
Application	:	
Laboratory	:	
Project	:	
Workshop	:	
Seminars	:	
Field Work	:	
Final Exam	1	50
<b>Total</b>	:	<b>100</b>

**Percentage of the Studies within a Semester :**

**Overall Success Percentage :**

**Homework**

**Projects**

**Other**

**Contents of the Courses in a Weekly Period**

Week	Subjects	Textbook/Material
1	Marketing and Internal & External Factors Affecting Marketing	
2	Sustainability Concept on Marketing	
3	Marketing Plan	
4	Strategic Business Plan	
5	Strategic Marketing Plan	
6	Portfolio Management Matrix	
7	Market Segmentation Strategies	
8	Strategies for Target Market Selection	
9	Positioning Strategies	
10	General Evaluation of Marketing Mix Dimensions	
11	General Evaluation of Marketing Mix Dimensions	
12	Current Marketing Trends	
13	Case Study	
14	Case Study	

**Books**

1 | Kotler, P. 2000; Pazarlama Yönetimi, (Çev: Nejat Muallimoğlu), Beta Publishing, İstanbul.



T.C  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI  
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

2	Yükselen, C. 2001; Pazarlama-İlkeler, Yönetimi, Detay Publishing, Ankara.
---	---

**Lecture Notes**

**Other**

**ECTS Workload Table**

Activities	Number	Duration	Total Workload
Course Duration	14	3	42
Outside Classroom Study Duration	7	6	42
Homework	1	20	20
Presentation/Seminar Preparation			
Midterm Exam	1	20	20
Project			
Laboratory			
Field Work			
Final Exam	1	30	30
Application			
		<b>Total Workload</b>	154
		<b>Total Workload/30</b>	5,13333
		<b>Course ECTS Credit</b>	5

**Learning Outcomes of the Course**

DOC1	Learning main requirements in order to market product, service and idea
DOC2	Having information about pricing, promoting and distributing of products and services
DOC3	Understanding the similarities and differences between marketing theory and application process
DOC4	Analyzing marketing mix dimensions
DOC5	Having conciousness on sustaianble consumption

	Knowledge and Skills Intended for Students to Aquire	Low	Average	High
1	:Have mental proficiency for resolving marketing problems			X
2	:Gets competence on thinking critically about marketing topics			X
3	:Gets competence on thinking about strategic plans			
4	:Have information about adopting fundamental marketing principles to marketing management process			X

**The Relationship Between Course Content and Learning Outcomes**

Week	BÖÇ1	BÖÇ2	BÖÇ3	BÖÇ4	BÖÇ5	BÖÇ6	BÖÇ7	BÖÇ8	BÖÇ9	BÖÇ10	BÖÇ11	BÖÇ12	BÖÇ13	BÖÇ14	BÖÇ15
1															
2															
3															
4	X	X	X	X	X										
5															
6			X	X	X										
7			X	X	X										
8			X	X	X										
9															
10															



T.C  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI  
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

	DÖÇ1	DÖÇ2	DÖÇ3	DÖÇ4	DÖÇ5	DÖÇ6	DÖÇ7	DÖÇ8	DÖÇ9	DÖÇ10	DÖÇ11	DÖÇ12	DÖÇ13	DÖÇ14	DÖÇ15
11															
12															
13															
14															
15															
<b>The Association of Course Learning Outcomes and Department Outcomes</b>															
BÖÇ1	x														
BÖÇ2	x														
BÖÇ3	x	x	x	x	x										
BÖÇ4	x	x	x	x	x	x									
BÖÇ5															
BÖÇ6															
BÖÇ7															
BÖÇ8															
BÖÇ9															
BÖÇ10															
BÖÇ11															
BÖÇ12															
BÖÇ13															
BÖÇ14															
BÖÇ15															





T.C.  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI  
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02



T.C.  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı

Sayı : E-31733388-300-431826  
Konu : Görüş ve Öneri (Temel Pazarlama  
Stratejileri)

30/10/2023

İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞINA

İlgi : 25/10/2023 tarihli ve E-50040728-300-429557 sayılı yazınız.

İlgide kayıtlı yazınız gereğince 2024-2025 Eğitim-Öğretim Yılından itibaren "Temel Pazarlama Stratejileri" Lisans dersinin 5. yarıyılıda Fakülteniz Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümüne eklenmesi Dekanlığımızca uygun görülmüştür.

Gereğine arz ederim.

Prof. Dr. Okyay UÇAN  
Dekan V.

09.10.2023

NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İletişim Fakültesi Dekanlığına

İlgi: 25/10/2023 tarih ve E-50040728-300-429565 sayılı yazınız.

Türkiye'de üniversitelerde verilen yükseköğretimin temel amaçlarından birisi olarak önlisans, lisans ve lisansüstü alanlarda verilen eğitim ve öğretim programlarının içeriğinin öğrencilerin akademik gelişimlerini sağlamasının yanında sektörün talep ettiği beceri ve yetkinlikler kapsamında ilgili alana ait işgücü piyasasının nitelikli işgücü ihtiyacını karşılaması beklenmekte ve istenmektedir.

İlgi'de kayıtlı yazınızda, İletişim Fakültesi bünyesinde yer alan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü müfredatına 2024-2025 eğitim öğretim döneminden itibaren "Temel Pazarlama Stratejileri" adlı seçmeli dersin eklenmesinin planlandığı görülmektedir. Söz konusu dersin bölüm müfredatına eklenmesinin sektörün beklediği nitelikli personel ihtiyacını karşılayacağı gibi aynı zamanda sektörün gelişimine de katkı sağlayacağı kanaatinde olduğumuz hususunu;

Saygılarımızla bildiririz.

M. Metin ZENGİN  
ZMARK Ajans Başkanı



T.C  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI  
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

**Dersin Adı:** İLETİŞİMDE YARATICI DRAMA

**Dersin Kodu:** HIR4047

**Dersin Seviyesi:** Lisans

**Dersin Yarıyılı:** 7. Yarıyıl

**Dersin Türü:** Seçmeli

**Dersin Dili:** Türkçe

**Dersin Koordinatörü:** Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT

**Dersin Amacı**

Yaratıcılık, drama, oyun, iletişim-etkileşim, rol oynama, doğaçlama vb. yaratıcı dramanın temel kavramlarının öğretilmesi amaçlanmaktadır.

**Dersin Kısa İçeriği**

Yaratıcı dramanın temel kavramları, yaratıcı dramanın aşamaları ve tarihçesi, toplumsal olaylar ve yaratıcı drama ilişkisi, dramanın bireysel ve sosyal gelişime katkısı, yaratıcı drama ve iletişim ilişkisi

**Dersin Önkoşulu**

Yok

**KREDİ BİLGİLERİ**

Teorik: 2

Pratik: 1

AKTS: 5

**AKTS İŞ YÜKÜ TABLOSU**

<u>Etkinlikler</u>	<u>Sayısı</u>	<u>Süresi</u>	<u>Toplam İş Yüğü</u>
Ders Süresi	14	3	42
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi	14	2	28
Ödevler			
Sunum / Seminer Hazırlama			
Ara Sınav	1	20	20
Projeler			
Laboratuvar			
Arazi Çalışması			
Genel Sınav	1	30	30
Uygulama	1	20	20

**Toplam İş Yüğü: 140**

**Toplam İş Yüğü/30: 5**

**Dersin AKTS Kredisi: 5**

**DERSİN HEDEFLERİ**

1. Temel drama kavramlarını öğretmek
2. Yaratıcı drama-iletişim ilişkisini açıklamak



**T.C**  
**NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

<b>Toplantı Tarihi</b>	<b>Kimlik /Dosya No</b>	<b>Toplantı Sayısı</b>
<b>15/01/2024</b>	<b>50040728-050.99</b>	<b>02</b>

<b><u>DERSİN KATEGORİSİ</u></b>	<b><u>DERSİN YÜZDESİ</u></b>
Sosyal Bilimler	30
Destek Dersleri	20
Temel Mesleki Dersler	
Uzmanlık / Alan Dersleri	20
İletişim ve Yönetim Becerileri Dersleri	20
Aktarılabılır Beceri Dersleri	10

### **DERSİN HAFTALIK İÇERİĞİ**

<b><u>Konu</u></b>	<b><u>Kaynak</u></b>
1. Dersin amacı, içeriği, ölçme değerlendirmeyle ilişkin genel bilgiler	
2. İletişim-etkileşim çalışmaları	1
3. Yaratıcılık ve drama kavramları	1
4. Yaratıcı dramanın temel aşamaları ve öğeleri	1
5. Güven-uyum çalışmaları	1
6. Yaratıcı drama ve iletişim ilişkisi	
7. Oyun, imgesel düşünme ve grup çalışması	2
8. Rol oynama ve doğaçlama	2
9. Yaratıcı dramanın tarihçesi	1
10. Yazınsal türler ve yaratıcı drama	3
11. Yaratıcı drama-sanat ilişkisi	3
12. Yaratıcı dramanın toplumsal boyutu	2
13. Yaratıcı drama planı inceleme	
14. Genel değerlendirme	

### **Ders Kaynakları**

1. Adıgüzel, Ö. (2018). Eğitimde Yaratıcı Drama. Yap Kredi Yayınları, İstanbul.
2. Önder, A. (1999). Yaşayarak Öğrenme İçin Eğitici Drama, Epsilon Yayınları, İstanbul.
3. San, İ. (2003). Sanat ve Eğitim. Ütopya Yayınları, Ankara.

### **ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME BİÇİMİ**

<b><u>Yarıyıl İçi Çalışmaları</u></b>	<b><u>Sayısı</u></b>	<b><u>Katkı Payı (%)</u></b>
<b>Ara Sınav</b>	1	40
<b>Ödev</b>		
<b>Devam</b>		
<b>Uygulama</b>	1	20
<b>Laboratuvar</b>		
<b>Proje</b>		
<b>Atölye</b>		
<b>Seminer</b>		
<b>Arazi Çalışması</b>		
<b>Genel Sınav</b>	1	40
<b>Toplam</b>	3	100

**Yarıyıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı: 20**

**Genel Başarı Oranı: 100**



**T.C**  
**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

**DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI**

1. Yaratıcılık ve dramayı tanımlamak
2. Drama-iletişim ilişkisini irdelemek

**KAZANDIRILACAK BİLGİ VE BECERİLER**

1. Yaratıcılık ve dramayı tanımlar
2. Drama-iletişim ilişkisini irdeler

**Dersin Öğrenim Çıktılarının Bölüm / Program Çıktıları ile İlişkilendirilmesi**

	DÖÇ1	DÖÇ2	DÖÇ3	DÖÇ4	DÖÇ5	DÖÇ6	DÖÇ7	DÖÇ8	DÖÇ9	DÖÇ10
BÖÇ 1										
BÖÇ 2										
BÖÇ 3										
BÖÇ 4		X								
BÖÇ 5	X									
BÖÇ 6	X									
BÖÇ 7		X								
BÖÇ 8										
BÖÇ 9										
BÖÇ 10										
BÖÇ 11										
BÖÇ 12										
BÖÇ 13										
BÖÇ 14	X									
BÖÇ 15										
BÖÇ 16										
BÖÇ 17										
BÖÇ 18										

**Dersin Kazandırdığı Bilgi ve Beceriler ile Bölüme Özgü Genel Yeterliliklerin İlişkilendirilmesi**

	BÖY1	BÖY2	BÖY3	BÖY4	BÖY5	BÖY6	BÖY7
DKBB 1			X				
DKBB 2					X		
DKBB 3							
DKBB 4							



**T.C**  
**NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

DKBB 5							
--------	--	--	--	--	--	--	--

**Course Title:** CREATIVE DRAMA IN COMMUNICATION

**Course Code:** HIR4047

**Course Level:** Undergraduate Program

**Semester:** 7

**Course Type:** Elective

**Course Language:** Turkish

**Course Coordinator:** Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT

**Course Objective**

The aim is to teach basic concepts of creative drama (creativity, drama, play, communication-interaction, role playing, improvisation, etc.)

**Brief Content of the Course**

Basic concepts of creative drama, stages and history of creative drama, relationship between social events and creative drama, contribution of drama to individual and social development, creative drama and communication relations

**Prerequisites:** None

**CREDIT INFORMATION**

Theoretical: 2

Practical: 1

ECTS: 5

**ECTS WORKLOAD TABLE**

<u>Activities</u>	<u>Number</u>	<u>Duration</u>	<u>Total Workload</u>
<b>Total Workload</b>	14	3	42
<b>Outside Classroom Study Duration</b>	14	2	28
<b>Homework</b>			
<b>Seminars</b>			
<b>Midterm</b>	1	20	20
<b>Project</b>			
<b>Laboratory</b>			
<b>Field Work</b>			
<b>Final Exam</b>	1	30	30
<b>Application</b>	1	20	20

**Total Workload:** 140

**Total Workload / 30:** 5

**Course ECTS Credit:** 5

**COURSE OBJECTIVES**

1. To teach basic concepts of drama
2. To explain the creative drama-communication relationship



**T.C**  
**NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

<b>Toplantı Tarihi</b>	<b>Kimlik /Dosya No</b>	<b>Toplantı Sayısı</b>
<b>15/01/2024</b>	<b>50040728-050.99</b>	<b>02</b>

<b><u>COURSE CATEGORY</u></b>	<b><u>Percentage</u></b>
Social Sciences	30
Supportive Courses	20
Basic Vocational Courses	
Expertise / Field Courses	20
Communication and Management Skills Courses	20
Transferable Skills Courses	10

**CONTENTS OF THE COURSES IN A WEEKLY PERIOD**

<b><u>Subjects</u></b>	<b><u>Sources</u></b>
1. Meeting with students, the aim of the course, the techniques of teaching	
2. Communication-interaction exercises	1
3. Creativity and drama concepts	1
4. Basic stages and elements of creative drama	1
5. Trust-harmony exercises	1
6. Creative drama and communication relationship	
7. Play, imaginary thinking and team work	2
8. Role playing and improvisation	2
9. History of creative drama	1
10. Literary genres and creative drama	3
11. Creative drama-art relationship	3
12. Social dimension of creative drama	2
13. Creative drama plan review	
14. General evaluation	

**Sources**

1. Adıgüzel, Ö. (2018). Eğitimde Yaratıcı Drama. Yap Kredi Yayınları, İstanbul.
2. Önder, A. (1999). Yaşayarak Öğrenme İçin Eğitici Drama, Epsilon Yayınları, İstanbul.
3. San, İ. (2003). Sanat ve Eğitim. Ütopya Yayınları, Ankara.

**MEASUREMENT EVALUATION FORMAT**

<b><u>Studies within a semester</u></b>	<b><u>Number</u></b>	<b><u>Percentage (%)</u></b>
<b>Midterm</b>	1	40
<b>Homework</b>		
<b>Attendance</b>		
<b>Application</b>	1	20
<b>Laboratory</b>		
<b>Project</b>		
<b>Workshop</b>		
<b>Seminars</b>		
<b>Field Work</b>		
<b>Final Exam</b>	1	40
<b>Total</b>	3	100

**Percentage of the studies within a semester: 20**

**Overall success percentage: 100**



**T.C**  
**NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

**LEARNING OUTCOMES OF THE COURSE**

1. To define creativity and drama
2. To examine drama-communication relationship

**KNOWLEDGE AND SKILLS INTENDED FOR STUDENTS TO AQUIRE**

1. Know creativity and drama
2. Examine drama-communication relationship

**The Association of Course Learning Outcomes and Department Learning Outcomes**

	DÖÇ1	DÖÇ2	DÖÇ3	DÖÇ4	DÖÇ5	DÖÇ6	DÖÇ7	DÖÇ8	DÖÇ9	DÖÇ10
BÖÇ 1										
BÖÇ 2										
BÖÇ 3										
BÖÇ 4		X								
BÖÇ 5	X									
BÖÇ 6	X									
BÖÇ 7		X								
BÖÇ 8										
BÖÇ 9										
BÖÇ 10										
BÖÇ 11										
BÖÇ 12										
BÖÇ 13										
BÖÇ 14	X									
BÖÇ 15										
BÖÇ 16										
BÖÇ 17										
BÖÇ 18										

**The Association of Course Competencies and Department of Specific Competencies**

	BÖY1	BÖY2	BÖY3	BÖY4	BÖY5	BÖY6	BÖY7
DKBB 1			X				
DKBB 2					X		
DKBB 3							



**T.C**  
**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

DKBB 4							
DKBB 5							



T.C.  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Eğitim Fakültesi Dekanlığı

Sayı : E-46810852-300-429976  
Konu : Görüş ve Öneri (İletişimde Yaratıcı  
Drama)

25/10/2023

İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞINA

İlgi : 25/10/2023 tarihli ve E-50040728-300-429514 sayılı yazınız.

İlgide kayıtlı yazınıza istinaden, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümüne 2024-2025 Eğitim-Öğretim Yılından itibaren "İletişimde Yaratıcı Drama" seçmeli dersinin ders planına eklenmesi planlanan ve önerilmesi düşünülen yazınız ekinde Bologna Ders Bilgi Paketi sunulan derse dair Fakültemiz Temel Eğitim Bölümü Okul Öncesi Eğitimi Anabilim Dalı Başkanlığının görüş ve önerisi ekte sunulmuştur.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

Prof. Dr. Bekir ÇINAR  
Dekan

Ek:Bölüm Başkanlığı Yazısı ve Ekleri (3 Sayfa)





**T.C.**  
**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

Evrak Tarih ve Sayısı: 25/10/2023-429837



**T.C.**  
**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ**  
Eğitim Fakültesi Dekanlığı  
Temel Eğitim Bölümü Başkanlığı

Sayı : E-93278009-300-429837  
Konu : Görüş ve Öneri (İletişimde Yaratıcı  
Drama)

25/10/2023

**EĞİTİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞINA**

İlgi : Üniversitemiz İletişim Fakültesi Dekanlığının 25/10/2023 tarihli ve E-50040728-300-429514 sayılı yazısı.

İletişim Fakültesi Dekanlığının ilgede kayıtlı yazısına istinaden, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümüne 2024-2025 Eğitim-Öğretim Yılından itibaren "İletişimde Yaratıcı Drama" seçmeli dersinin ders planına eklenmesi planlanmakta olup, önerilmesi planlanan ve ekte Bologna Ders Bilgi Paketi sunulan derse dair Bölümümüz Okul Öncesi Eğitimi Ana Bilim Dalı Başkanlığının görüş ve önerisi ekte sunulmuştur.

Gereğine arz ederim.

Doç. Dr. Ahu TANERİ  
Bölüm Başkanı V.

Ek: Ana Bilim Dalı Başkanlığının yazısı ve eki (2 Sayfa)

Evrak Tarih ve Sayısı: 25/10/2023-429802



**T.C.**  
**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ**  
Eğitim Fakültesi Dekanlığı  
Temel Eğitim Bölümü  
Okul Öncesi Eğitimi Anabilim Dalı Başkanlığı

Sayı : E-19601949-300-429802  
Konu : Görüş ve Öneri (İletişimde Yaratıcı  
Drama)

25/10/2023

**TEMEL EĞİTİM BÖLÜMÜ BAŞKANLIĞINA**

İlgi : İletişim Fakültesi Dekanlığının 25.10.2023 tarih ver 429514 sayılı yazısı.

İletişim Fakültesi Dekanlığının ilgede kayıtlı yazısına istinaden Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümüne 2024-2025 Eğitim-Öğretim Yılından itibaren "İletişimde Yaratıcı Drama" seçmeli dersinin ders planına eklenmesi planlanmakta olup, önerilmesi planlanan ve ekte Bologna Ders Bilgi Paketi sunulan derse dair Ana Bilim Dalı Başkanlığımızın önerisi ekte sunulmuştur.

Gereğine arz ederim.

Doç. Dr. Murtaza AYKAÇ  
Anabilim Dalı Başkanı V.

Ek: Paydaş Görüşü (Eğitim Fakültesi) (1 Sayfa)



T.C  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI  
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

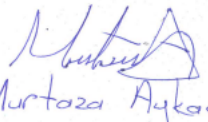
Evrak Tarih ve Sayısı: 25/10/2023-429802

T. C.  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İletişim Fakültesi Dekanlığı'na

İnsan yaşamı doğduğu andan itibaren iletişim ağları içerisindeki eğitim, öğrenim ve eylemleri kapsar. Yaşamımızı devam ettirmek ve içinde yaşadığımız dünyaya uyum sağlamak için uygun davranış biçimlerini öğrenmeye çalışırız. Bireyin kendisini ve çevresini tanıması ve yaşamını devam ettirebilmesi için temel bir gereksinim olan iletişim, insanlar arasında bir anlaşma yoludur. Öğretim ve öğrenme süreçlerinde gerçekleştirilen tüm etkinlikler birer iletişim etkinliğidir. Öğrenci, öğretme-öğrenme amacıyla düzenlenmiş bir eğitim ortamında öğretmen ve çevre ile etkileşimde bulunur. Bu tür iletişimde amaç, davranış değişikliği meydana getirmek üzere düşünce, bilgi, tutum, haber, duygu ve becerileri paylaşmaktır. İletişim, en az iki birey arasında karşılıklı olarak işler ve bireylerin etkileşim ilişkilerini, bilişsel, devinışsel ve duyuşsal tüm davranışlarını kapsar. İleriğin, bireyler arasında ortak hale getirilmesi ve paylaşılması temeline dayalıdır. Öğrenme ile iç içedir. Bu yönüyle de iletişim, aynı zamanda başkaları üzerinde bir etki oluşturma sürecidir. Gruplar arası ve toplumsal ilişkilerin sağlıklı bir biçimde sürdürülebilmesi için iletişim kurma becerisine sahip bireylere ihtiyaç bulunmaktadır. Çevresi ile iletişim kurabilen ve bunu geliştirebilen bireyler yetiştirilmesine katkıda bulunmayı amaçlayan yaratıcı drama, grup içinde katılımcının kendini tanıması, gerçekleştirilmesi ve başkalarıyla iletişim becerisini geliştirmesine olanak sağlamaktadır. Yaşayarak öğrenmeye dayanan yaratıcı drama, bireyin kendi deneyimleri ve yaşama dünyasından yola çıkarak kişiler arası, grup içinde ve toplumsal iletişim ve etkileşim biçimlerini geliştirmesine de imkân vermektedir. Buradan hareketle ders planınızda İletişimde Yaratıcı Drama dersinin yer alması faydalı olacaktır.

T. C.  
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ  
İletişim Fakültesi Dekanlığı'na

Yaratıcılık sadece sanatsal süreçlerde değil, insan yaşamının tüm yönlerinde yer alan temel yetilerden biridir. Yaratıcılığı gelişmiş bireyler; meraklı, araştırmacı, özgür düşünen, olgu ve olaylara farklı açılardan bakabilen kişilerdir. Katılımcıların canlandırma yoluyla, bir bilinçlenme ve kültürlenme süreci içerisinde kendilerini daha iyi tanımlarını sağlamayı amaçlayan yaratıcı drama, bireylerin imgesel ve estetik düşünmelerine katkıda bulunarak yaratıcılıklarını geliştirmeyi hedeflemektedir. Kalıplaşmış düşüncelerin dışında özgün ve yaratıcı fikir ve çözüm üretme becerisine sahip olmak, iletişimin tüm alanlarında çalışacak kişiler için hayati önem arz etmektedir. Bu bakımdan öğrencilerin fikir, metin ve görsel üretmeye yönelik yaratıcı yeteneklerini ve becerilerini geliştirmesine imkan sağlayacak İletişimde Yaratıcı Drama dersinin ders planında yer alması önem arz etmektedir.

  
Doc. Dr. Murtaza Aykac  
Çağdas Drama Derneği  
Niğde İl Temsilcisi



**T.C**  
**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

**DANIŞMA KURULU PAYDAŞ ANKETİ**

Cinsiyetiniz:

Erkek     Kadın

Eğitim Düzeyiniz:

İlköğretim     Lise     Üniversite     Lisansüstü

İş Yeriniz:

Kamu     Özel     STK

NÖHÜ İletişim Fakültesi'ni daha önce ziyaret ettiniz mi?

Evet     Hayır

Gazetecilik bölümü ders planının yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet     Hayır     Kısmen

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü ders planının yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet     Hayır     Kısmen

Radyo, Televizyon ve Sinema bölümü ders planının yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet     Hayır     Kısmen

Derlerdeki uygulama sürelerinin ve çalışma süresine dayanan öğrenci iş yüklerinin uygun ve yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet     Hayır     Kısmen

Bölüm ders planlarının yeterli olduğunu düşünmüyorsanız neden?

**YENİ PROGRAM / DERS ÖNERİLERİ**

1. Alanda açılmasının faydalı olacağını düşündüğünüz lisansüstü program(lar) nelerdir?

- 1.
- 2.

2. Ders planlarına eklenmesinin faydalı olacağını düşündüğünüz konu ya da ders(ler) nelerdir?

<u>Bölüm</u>	<u>Konu / Ders</u>
1. Halkla İlişkiler	Yaratıcılık
2.	
3.	



**T.C**  
**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
15/01/2024	50040728-050.99	02

**HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK**

**Ankette:**

[ 1 ] Kesinlikle katılmıyorum [ 2 ] Katılmıyorum [ 3 ] Kısmen katılmıyorum [ 4 ] Katılıyorum [ 5 ] Kesinlikle katılıyorum

	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
1. Halkla ilişkiler, reklam, pazarlama ve bütünleşik pazarlama iletişimi alanına ilişkin temel kavram, kuram ve yöntem ile ilgili bilgi sahibidir.			X		
2. Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında hedef kitlelere uygun medya planlaması süreçlerini bilir.					X
3. Alanında yapılan faaliyetlerle ilgili periyodik raporlama yapma becerisine sahiptir.					X
4. Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili araştırma, planlama yapma yöntem ve tekniklerini kullanma becerisine sahiptir.					X
5. Kurum ve kuruluşlardaki kriz yönetimi süreçlerini bilir.			X		
6. Kurum ve kuruluşların tanıtımıyla ilgili medya ve dijital medya iletişim tekniklerini ve sürecini bilir.			X		
7. Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında medya stratejisinin oluşturulmasını ve uygulamasını bilir.			X		
8. Halkla ilişkiler ve reklamcılıkta ilgili yasal düzenlemeler ve etik konusunda bilgi sahibidir.		X			
9. Reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarından pazarlama araştırmalarını yapma, tüketici davranışını araştırma ve bu araştırma verileri doğrultusunda planlama yapma becerisine sahiptir.			X		
10. Halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarını yürütme becerisine sahiptir.			X		
11. Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında dijital ortamları ve sosyal medyayı kullanma becerisine sahiptir.				X	
12. Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında güncel ve etkili sunum tekniklerini kullanma becerisine sahiptir.			X		
13. Toplumsal gelişmeleri yakından izleyerek hedef kitle davranışlarındaki değişimleri araştırıp elde ettiği bilgileri halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarında kullanma yetkinliğine sahiptir.			X		
14. Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sorunları çözmek için bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alarak ortaya çıkan sorunları çözüme yetkinliğine sahiptir.				X	
15. Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.			X		
16. Geleneksel ve dijital mecralardaki tüketici davranışlarını bilimsel yöntemlerle analiz etme ve bu mecraların kendine özgü dinamiklerini değerlendirme yetkinliğine sahiptir.			X		
17. Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarıyla ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranma bilincine sahiptir.			X		

**HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK LİSANS DERS PROGRAMI**

					PROGRAM ÇIKTILARI																	
D. KODU	DERSİN ADI	T	P	A	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
<b>3. YIL 5. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER</b>																						
HIR3047	Temel Pazarlama Stratejileri	3	0	5	2	5	5	2	3	5	5	3	3	4	4	3	3	2	2	2	2	3
<b>4. YIL 7. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER</b>																						
HIR4047	İletişimde Yaratıcı Drama	2	1	5	1	5	5	1	1	4	5	1	1	2	3	2	1	2	1	1	1	2

**e-imzalıdır**

Doç. Dr. Perihan ŞEKER  
Dekan Yardımcısı

Doç. Dr. Elif ŞEŞEN  
Bölüm Başkanı V.

Doç. Dr. Duygu ÜNALAN  
Bölüm Başkanı

Dr. Öğr. Üyesi Yavuz AKYILDIZ  
Bölüm Başkanı

Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT

Doç. Dr. Simge Deniz DEMİREL

Dr. Öğr. Üyesi Fatih DİREN



**T.C**  
**NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**  
**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI**  
**KALİTE KOMİSYONU KARARI**

<b>Toplantı Tarihi</b>	<b>Kimlik /Dosya No</b>	<b>Toplantı Sayısı</b>
<b>15/01/2024</b>	<b>50040728-050.99</b>	<b>02</b>

Öğretim Üyesi

Öğretim Üyesi

Öğretim Üyesi

Arş. Gör. Serhat MADSAR  
Öğretim Elemanı

Raportör:  
16/01/2024 Gültülü ERGİN  
Fakülte Sekreteri V.