



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

08/10/2024 tarihinde saat 14:30'da Doç. Dr. Perihan ŞEKER başkanlığında, aşağıda imzaları bulunan üyelerin katılımlarıyla toplanarak gündemdeki konular görüşülmüş ve aşağıdaki kararlar alınmıştır.

**TOPLANTIYA KATILANLAR**

Başkan : Doç. Dr. Perihan ŞEKER  
Üye: Prof. Dr. Elif ŞEŞEN (Bölüm Başkan V.)  
Üye: Doç. Dr. Duygu ÜNALAN ( Bölüm Başkanı)  
Üye: Dr. Öğr. Üyesi Yavuz AKYILDIZ (Bölüm Başkanı)  
Üye: Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT  
Üye: Doç. Dr. Simge Deniz DEMİREL  
Üye: Dr. Öğr. Üyesi Fatih DİREN  
Üye: Arş. Gör. Serhat MAD SAR  
Üye: Kalite Topluluğu Öğrenci Temsilcisi: Yaren BULDU  
Raportör: Fakülte Sekreter V. Gültülü ERGİN

**GÜNDEM:** 1- Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölüm Başkanlığının 03/10/2024 tarihli ve E.463862 sayılı yazısının görüşülmesi.

**KARAR NO: 2024/11**

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölüm Başkanlığının 03/10/2024 tarihli ve E.463862 sayılı yazısı görüşüldü.

02/10/2024 tarihinde toplanan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğretim üyelerinin görüşleri ile dış paydaş görüşleri doğrultusunda Eğitim-Öğretim Planının 6. yarıyılında seçmeli ders havuzunun genişletilmesi amacıyla "Dijital Pazarlama" seçmeli dersinin 6. yarıyıl seçmeli ders havuzuna eklenmesinin kabulüne oy birliğiyle karar verilmiştir.

Ders Tipi	Dersin Kodu	Dersin Adı	T	P	AKTS	Dersin Dönemi
Seçmeli	HIR3042	Dijital Pazarlama	2	1	5	VI. Yarıyıl



**Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Ders Otomasyon Sistemi**

<b>Fakülte/M.Y.O/Y.O/Enstitü</b>	: İletişim Fakültesi
<b>Bölüm</b>	: Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

Tanıtım ve Uygulama Bilgileri	
<b>Dersin Adı</b>	: Dijital Pazarlama
<b>Dersin Türü</b>	: Seçmeli
<b>Dersin Dili</b>	: Türkçe
<b>Dersin Seviyesi</b>	: Lisans



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

Dersin Kodu	: HIR3042
Ders Yarıyılı	: 6.Yarıyıl
Dersin Koordinatörü	: Doç. Dr. Şeyhmus DOĞAN
E-mail	: seyhmusdogan@ohu.edu.tr
Dersin Yardımcı Elemanı	:
D.Y.E Mail	:

Kredi Bilgileri			
Teorik	: 2	Pratik	: 1
Kredi	: 3	AKTS	: 5

Önşart	: Bulunmamaktadır
--------	-------------------

Dersin Amacı	: Dijital pazarlamanın temelini oluşturan e-pazarlama, arama motoru optimizasyonu (SEO), sosyal medya pazarlaması, e-metrikler vb. kavramların öğretilmesi amaçlanmaktadır.
--------------	---

Dersin Hedefleri	
1	: Dijital pazarlamaya dair temel kavramları öğretmek.
2	: Öğrencilerin bu kavramları kullanarak kendi dijital pazarlama deneyimlerini geliştirmelerine katkı sağlamak.

Dersin Kısa İçeriği	: Web Sitesi, Arama Motoru Optimizasyonu, Yerel İşletme Profili Yönetimi, Sosyal Medya Pazarlaması, e-ticaret Modelleri.
---------------------	--

Dersin Kategorisi	Yüzde
Sosyal Bilimler	30
Destek Dersleri	20
Temel Mesleki Dersler	10
Uzmanlık / Alan Dersleri	20
İletişim ve Yönetim Becerileri Dersleri	10
Aktarılabılır Beceri Dersleri	10
Toplam : % 100	

Ölçme ve Değerlendirme Biçimi		
Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayısı	Katkı Payı (%)
Ara Sınav	: 1	30
Ödev	:	
Devam	:	
Uygulama	: 1	30
Laboratuvar	:	
Proje	:	
Atölye	:	
Seminer	:	
Arazi Çalışması	:	
Genel Sınav	: 1	40
Toplam	: 3	100
Yarıyıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı : 30		
Genel Başarı Oranı : 100		

Ödevler
Projeler
Diğer



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

Dersin Haftalık Dilimler Halinde İçeriği		
Konular	Kaynaklar	
1 Dersin amacı ve içeriğine ilişkin genel bilgiler		
2 Yeni Medya ve Dijital Pazarlama	(1) ve (3)	
3 Dijital Alanda Pazar Analizi ve Pazarlama Stratejisi Geliştirme	(2) ve (3)	
4 Dijital Pazarlama Kanalları ve Aktiviteleri	(2) ve (3)	
5 Dijital Dilin Önemi: Botların ve Algoritmaların Optimizasyon Çalışmalarındaki Rolü	(3)	
6 Dijital İşletme Hesabı Yönetimi ve Optimizasyonu	(3)	
7 Dijital Pazarlamada Sosyal Medya	(2) ve (3)	
8 Sosyal Medya Yönetimi	(1) ve (2)	
9 Mobil Pazarlama	(2) ve (3)	
10 İçerik Pazarlaması	(3)	
11 Dijital Ekosistemde E-ticaret ve Yeni İş Modelleri	(2)	
12 Dijital Pazarlamada Ölçümleme ve Raporlama	(2) ve (3)	
13 Vaka İncelemeleri		
14 Vaka İncelemeleri		

Kitaplar	
1	Dijital İletişim ve Yeni Medya; Editör: Mesude Canan Öztürk; Anadolu Üniversitesi Yayınları
2	Dijital Pazarlama; Olgu Şengül; Ceres Yayınları.
3	Dijital Pazarlama Temelleri; Emre Gökşin; Abaküs Kitap Yayın Dağıtım Hizmetleri.

Ders Notu
Diğer

AKTS iş yükü tablosu			
Etkinlikler	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü
Ders Süresi	14	3	42
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi	14	2	28
Ödevler			
Sunum/ Seminer Hazırlama			
Ara Sınav	1	20	20
Proje			
Laboratuvar			
Arazi Çalışması			
Genel Sınav	1	30	30
Uygulama	1	20	20
		<b>Toplam İş Yükü</b>	140
		<b>Toplam İş Yükü / 30</b>	4,66
		<b>Dersin AKTS Kredisi</b>	5

Dersin Öğrenme Çıktıları	
DOC1	Öğrenciler, dijital pazarlama kavramlarını kullanarak eylem halindeki e-pazarlama faaliyetlerini analiz edebilir.
DOC2	Öğrenciler, dijital pazarlama çalışmalarına ihtiyaç duyan işletmelere ve bu alanda çalışan ekiplere uygulama konusunda katkı sağlayabilir.

Öğrenciye Kazandırılması Amaçlanan Bilgi ve Beceriler			Düşük	Orta	Yüksek
1	:	Dijital pazarlamaya dair temel kavramlarını kullanarak kendi dijital pazarlama deneyimlerini geliştirir.			X



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

2 : Dijital pazarlama alanındaki bir probleme karşı karar alabilir ve çözüm sağlayabilir. 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															
BÖÇ5	X	X													
BÖÇ6	X	X													
BÖÇ7															
BÖÇ8															
BÖÇ9		X													
BÖÇ10															
BÖÇ11															
BÖÇ12															
BÖÇ13															
BÖÇ14															
BÖÇ15	X														
BÖÇ16															
BÖÇ17															
BÖÇ18															

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		X											
DY2		X	X	X											
DY3															
DY4															
DY5															
DY6															
DY7															
DY8															
DY9															
DY10															
DY11															
DY12															
DY13															
DY14															
DY15															



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

<b>Toplantı Tarihi</b>	<b>Kimlik /Dosya No</b>	<b>Toplantı Sayısı</b>
08/10/2024	50040728-050.04	08



**Niğde Ömer Halisdemir University Course Automation System**

<b>Faculty/V.S/H.E/Institute</b>	: Faculty of Communication
<b>Department</b>	: Public Relations and Advertising

<b>Course Presentation and Application Information</b>	
<b>Course Title</b>	: Digital Marketing
<b>Course Type</b>	: Elective
<b>Course Language</b>	: Turkish
<b>Course Level</b>	: Undergraduate Program
<b>Course Code</b>	: HIR3042
<b>Semester</b>	: 6th Semester
<b>Course Coordinator</b>	: Doç. Dr. Şeyhmus DOĞAN
<b>E-mail</b>	: seyhmusdogan@ohu.edu.tr
<b>Assistant Staff of the Course</b>	:
<b>Assistant Staff of the Course</b>	:
<b>E-Mail</b>	:

<b>Course Credit Information</b>			
<b>Theoretical</b> : 2	<b>Practical</b> : 1	<b>Credit</b> : 3	<b>ECTS</b> : 5

<b>Prerequisites</b>	: None
----------------------	--------

<b>Course Objective</b>	: It is aimed to teach concepts such as e-marketing, search engine optimization (SEO), social media marketing, e-metrics, etc., which form the basis of digital marketing.
-------------------------	--

<b>Course Objectives</b>	
1	: Teaching basic concepts of digital marketing.
2	: To provide students with the opportunity to develop their own digital marketing experiences using these concepts.

<b>Brief Content of the Course</b>	: Website, Search Engine Optimization, Local Business Profile Management, Social Media Marketing, e-commerce Models.
------------------------------------	--

<b>Course Category</b>	<b>Percentage</b>
Social Sciences	30
Supportive Courses	20
Basic Vocational Courses	10
Expertise / Field Courses	20
Communication and Management Skills Courses	10
Transferable Skills Courses	10
<b>Total</b>	<b>: % 100</b>



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

Measurement-Evaluation Format		
Studies within a Semester	Number	Percentage (%)
Midterm	: 1	30
Homework	:	
Attendance	:	
Application	: 1	30
Laboratory	:	
Project	:	
Workshop	:	
Seminars	:	
Final Exam	:	
Total	: 1	40
Midterm	: 3	100
Percentage of the Studies within a Semester: 30		
Overall Success Percentage: 100		

Homework
Projects
Other

Contents of the Courses in a Weekly Period		
W	Subjects	Textbook/Material
1	General information about the aim and content of the course	
2	New Media and Digital Marketing	(1) ve (3)
3	Market Analysis and Marketing Strategy Development in Digital Space	(2) ve (3)
4	Digital Marketing Channels and Activities	(2) ve (3)
5	The Importance of Digital Language: The Role of Bots and Algorithms in Optimization Activities	(3)
6	Digital Business Account Management and Optimization	(3)
7	Social Media in Digital Marketing	(2) ve (3)
8	Social Media Management	(1) ve (2)
9	Mobile Marketing	(2) ve (3)
10	Content Marketing	(3)
11	E-commerce and New Business Models in the Digital Ecosystem	(2)
12	Measurement and Reporting in Digital Marketing	(2) ve (3)
13	Case Studies	
14	Case Studies	

Books	
1	Dijital İletişim ve Yeni Medya; Editör: Mesude Canan Öztürk; Anadolu Üniversitesi Yayınları
2	Dijital Pazarlama; Olgu Şengül; Ceres Yayınları.
3	Dijital Pazarlama Temelleri; Emre Gökşin; Abaküs Kitap Yayın Dağıtım Hizmetleri.

Lecture Notes
Other

ECTS Workload Table			
Activities	Number	Duration	Total Workload
Course Duration	14	3	42



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

Outside Classroom Study Duration	14	2	28
Homework			
Presentation/Seminar Preparation			
Midterm Exam	1	20	20
Project			
Laboratory			
Field Work			
Final Exam	1	30	30
Application	1	20	20
	<b>Total Workload</b>		140
	<b>Total Workload/30</b>		4,66
	<b>Course ECTS Credit</b>		5

Learning Outcomes of the Course	
DOC1	Students will be able to analyze e-marketing activities in action using digital marketing concepts.
DOC2	Students will be able to contribute to businesses that need digital marketing activities and teams working in this field.

Knowledge and Skills Intended for Students to Acquire			Low	Average	High
1	: Develop their own digital marketing experiences using the basic concepts of digital marketing.				X
2	: Can make decisions and provide solutions to a problem in digital marketing.				X

The Association of Course Learning Outcomes and Department Outcomes															
	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5	CLO6	CLO7	CLO8	CLO9	CLO10	CLO11	CLO12	CLO13	CLO14	CLO15
DLO1															
DLO2															
DLO3															
DLO4															
DLO5	X	X													
DLO6	X	X													
DLO7															
DLO8															
DLO9		X													
DLO10															
DLO11															
DLO12															
DLO13															
DLO14															
DLO15	X														
DLO16															
DLO17															

The Association of Course Competencies and Department of Specific Competencies															
	DSC1	DSC2	DSC3	DSC4	DSC5	DSC6	DSC7	DSC8	DSC9	DSC10	DSC11	DSC12	DSC13	DSC14	DSC15
CC1		X		X											
CC2		X	X	X											
CC3															
CC4															
CC5															







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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

Evrak Tarih ve Sayısı: 30/09/2024-561107

İŞLETME BÖLÜM BAŞKANLIĞINA

Konu : Paydaş Görüşü

**İlgi:25.09.2024 tarihli ve 559272 sayılı yazınız.**

İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü ders planına 2025- 2026 Eğitim-Öğretim Yılından itibaren "Dijital Pazarlama" seçmeli dersinin eklenmesi, teknolojik gelişmelere bağlı olarak dijital pazarlama uygulamalarının her geçen gün artan önemi nedeniyle uygun görülmüştür. Bilgilerinize arz ederim.

Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ  
Anabilim Dalı Başkanı  
30/09/2024



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

Evrak Tarih ve Sayısı: 02/10/2024-562976



T.C.  
NİĞDE BELEDİYE BAŞKANLIĞI  
Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü

Sayı : E-31018079-00-95784  
Konu : paydaş görüş talebi

NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI  
(NİĞDE/MERKEZ)

İlgi : 27.08.2024 tarihli ve 547007 sayılı yazınız.

Yerel yönetimlerin halka daha etkili hizmet sunabilmesi, halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerinin etkin bir şekilde yürütülmesiyle doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, özellikle günümüzün hızla gelişen dijital iletişim araçları ve sosyal medya platformlarının yerel yönetimlerin reklamcılık stratejilerini önemli ölçüde dönüştürdüğü bir gerçek. Dolayısıyla, bu alanda meydana gelen yeniliklerin ve ortaya çıkan ihtiyaçların karşılanabilmesi, bilimsel araştırmalarla desteklenmeli ve yerel yönetimlerin halkla ilişkiler stratejilerine katkı sağlayacak çözüm önerileri geliştirilmelidir.

Bu noktada, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi'nin ilgili bölümleriyle iş birliği yaparak, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanında tezli yüksek lisans programının açılması büyük bir ihtiyaçtır. Böyle bir programın hayata geçirilmesi, yalnızca akademik alana değil, aynı zamanda sektöre de doğrudan fayda sağlayacaktır. Özellikle bu program sayesinde, halihazırda sektörde çalışan insan kaynağına uzmanlık kazandırılması mümkün olacak, ayrıca İletişim fakülteleri mezunlarının sektöre daha donanımlı bir şekilde hazırlanması sağlanacaktır.

Açılacak olan tezli yüksek lisans programı, yerel yönetimlerin halkla ilişkiler ve tanıtım stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulamaya dönük daha yenilikçi ve etkin çözümler sunulması açısından önemli bir fırsat yaratacaktır. Bu sayede yerel yönetimlerin halka daha yakın, daha şeffaf ve daha etkili bir şekilde ulaşması mümkün olacaktır.

Bilgilerinize rica ederim.

Belediye Başkan Yardımcısı  
KÜÇÜKTUNA  
Başkan a.  
Belediye Başkan Yardımcısı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: e01690d3-4bd-44c3-b385-7d22722888df

Doğrulama Linki: <https://www.turkiye.gov.tr/sisleri-belediye-ebus>

Adres: Yukarı Kayabaşı Mahallesi Adıyve Sokak No:1 - 51100 - Niğde  
Telefon No: 445101 Faks No: 388022 33 68

Bilgi için: Ender ÇOLAKOĞLU  
31no Personel





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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

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

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

Evet     Hayır     Kısmen

Bölüm ders planlarının yeterli olduğunu düşünüyorsanız neden?

YENİ PROGRAM / DERS ÖNERİLERİ

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

- Dijital Habercilik
- İnternet Yayıncılığı

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

- Bölüm
- Yeni Medya
  - ır
  -

- Konu / Ders
- Dijital Gazetecilik
  - Dijital Pazarlama



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

**PROGRAM / ÖĞRETİM KAZANIMLARI İLE İLGİLİ GÖRÜŞLER**

**GAZETECİLİK**

Ankette:

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

	[ 1 ]	[ 2 ]	[ 3 ]	[ 4 ]	[ 5 ]
1. Gazetecilik ile ilgili temel kavram ve kuramları bilir.					X
2. Gazeteciliğin Dünya’da ve Türkiye’de tarihsel, toplumsal ve teknolojik gelişimini bilir.					X
3. Haber üretim sürecini, haber kaynaklarını ve metin türlerini bilir.					X
4. Türkiye’de gazeteciliğin yasal çerçevesi, gazeteciliğin meslek hakları, etik kuralları ve örgütlenmesi hakkında bilgi sahibidir.				X	
5. Yerel, ulusal, uluslararası ve küresel medya düzeni ve sorunları hakkında bilgi sahibidir.				X	
6. Gazeteciliğin yapısal, yönetsel ve teknik özelliklerini bilir.				X	
7. Farklı medya ortamları için farklı türlerde içerik üretme becerisine sahiptir.					X
8. Eleştirel medya okuryazarlığı ve dijital medya okuryazarlığı becerilerine sahiptir.					X
9. Gazetecilikle ilgili iletişim teknolojilerini kullanma becerisine sahiptir.					X
10. Gazeteciliğin toplumsal yaşam, kültür, sanat, ekonomi, siyaset ile ilişkilerini eleştirel bir bakış açısıyla yorumlama yetkinliğine sahiptir.				X	
11. Ekip üyesi olarak sorumluluk alarak ortak üretim yapma yetkinliğine sahiptir.				X	
12. Alanı ile ilgili mesleki ve yapısal sorunları tanımlayabilecek ve tartışabilecek yetkinliğe sahiptir.				X	
13. Yerel/bölgesel/ulusal/uluslararası/küresel medya gündemini ve yenilikleri izleyerek eleştirel bakışla değerlendirme yetkinliğine sahiptir.				X	



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

**HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK**

Ankette:

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

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



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

**RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA**

Ankette:

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

	[ 1 ]	[ 2 ]	[ 3 ]	[ 4 ]	[ 5 ]
1. Radyo, televizyon ve sinema yapımlarının "yapım öncesi", "yapım" ve "yapım sonrası" aşamalarını bilir, uygulama becerisi ve yetkinliğine sahiptir.					
2. Görsel ve işitsel teknik donanımı içerik üretiminde etkin olarak kullanma becerisine sahiptir.					
3. Radyo, televizyon ve sinema alanındaki kuramlar hakkında bilgi sahibidir.					
4. Radyo, televizyon ve sinemanın dünyadaki ve Türkiye'deki tarihsel gelişim sürecini bilir.					
5. Radyo televizyon ve sinema alanındaki çalışma koşullarını düzenleyen yasal belgeleri, ulusal ve uluslararası meslek örgütlerini ve etik ilkeleri bilir.					
6. Radyo, televizyon yayıncılığındaki program türlerini bilir.					
7. Sinema türlerini ve akımlarını bilir.					
8. Görsel ve işitsel ortamlardaki iletileri çözümleme ve değerlendirme yöntem bilgisine sahiptir.					
9. Radyo, televizyon ve sinema içeriklerini farklı yayın ortamları bağlamında üretmek üzere proje önerisi hazırlar, tasarlar ve uygular.					
10. Senaryo yazma ve çekim senaryosu hazırlama becerisine sahiptir.					
11. Ses ve görüntü kurgusu yapma, dijital ses tasarımı, görüntü tasarımı, görsel efekt kullanımı alanlarında uygulama becerisine sahiptir.					
12. Medya içeriklerinin toplumsal, ekonomik, politik, kültürel vb. etkilerini eleştirel bakış açısıyla ele alma ve çözümleme yeteneğine sahiptir.					
13. Radyo, televizyon, sinema alanında program üretme ve/veya film yapma yetkinliğine sahiptir.					
14. Görüntü estetiği, sinematografik anlatım ve kompozisyonun temel ilkeleri konusunda yetkindir.					

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
3. YIL 6. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER																						
HIR3042	Dijital Pazarlama	2	1	5	1	1	1	2	4	5	2	3	5	1	3	1	2	3	5	2	1	2

**e-imzalıdır**

Doç. Dr. Perihan ŞEKER  
Dekan Yardımcısı

Prof. Dr. Elif ŞEŞEN  
Bölüm Başkanı V.

Doç. Dr. Duygu ÜNALAN  
Bölüm Başkanı

Doç. Dr. Yavuz AKYILDIZ  
Bölüm Başkanı

Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT  
Öğretim Üyesi

Doç. Dr. Simge Deniz DEMİREL  
Öğretim Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Fatih DİREN  
Öğretim Üyesi

Arş. Gör. Serhat MADSAR  
Araştırma Görevlisi



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

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
08/10/2024	50040728-050.04	08

Raportör:  
08/10/2024 Gültülü ERGİN  
Fakülte Sekreteri V.