DERS PROGRAMI

Seçmeli Dersler			
Ders Kodu	**Ders Adı**	**Teori + Uygulama**	**AKTS**
KİL501	İletişim Çalışmalarına Giriş (TR)	3 + 0	6.0
KİL505	Gündem Yönetimi ve Kriz İletişimi (TR)	3 + 0	6.0
KİL507	Küresel İletişim (TR)	3 + 0	6.0
KİL510	Kurumsal İletişim Araçları Tasarımı (TR)	3 + 0	6.0
KİL515	Kurumsal Kimlik ve İmaj Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
KİL517	Kurumlarda İtibar Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
KİL519	Kurum İçi İletişim (TR)	3 + 0	6.0
LEE510	Bilim Etiği ve Araştırma Teknikleri (TR)	3 + 0	6.0
PZL523	Pazarlama Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
İŞL590	Kurumsal Yönetim (TR)	3 + 0	6.0
KİL502	Kurumsal Marka Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
KİL509	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik (TR)	3 + 0	6.0
KİL511	Kurumsal İletişimde Yazarlık (TR)	3 + 0	6.0
KİL514	Kurumsal Sosyal Medya Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
PZL520	Bütünleşik Pazarlama İletişimi (TR)	3 + 0	6.0

II.Yarıyıl			
Ders Kodu	**Ders Adı**	**Ders Türü**	**AKTS**
DPU500	Dönem Projesi	Zorunlu Dersler	0.0
	Seçmeli Dersler		30.0
		Toplam	**30**

DERS İÇERİKLERİ

DPU500 Dönem Projesi **AKTS: 0,0**

Dönem Projesine Giriş: Konu belirleme, Alan incelemesi, Danışman görüşmeleri; Literatür Çalışması: Kaynak tarama, Tematik yapı, Eleştirel değerlendirme; Proje Çerçevesi: Kavramlar arası ilişkiler, Model oluşturma, Uygulama alanı; Yöntem Seçimi: Nitel yaklaşım, Nicel yaklaşım, Uygulamalı analiz; Veri Çalışmaları: Veri toplama, Analiz hazırlığı, Bulguların düzenlenmesi; Raporlama Süreci: Proje yazımı, Revizyon, Sunum.

DPU500 Term Project **ECTS: 0,0**

Introduction to the Term Project: Topic selection, Field exploration, Supervisor meetings; Literature Study: Source review, Thematic structuring, Critical evaluation; Project Framework: Conceptual relations, Model development, Applied context; Method Selection: Qualitative approach, Quantitative approach, Applied analysis; Data Work: Data collection, Analysis preparation, Structuring findings; Reporting Process: Project writing, Revision, Presentation.

İŞL590 Kurumsal Yönetim **AKTS: 6,0**

Kurumsal Yönetim Kavramı ve Kuramları: Pay Sahipleri Kuramı, Paydaş Kuram, Vekalet Kuramı; Kurumsal Yönetim İlkeleri; Kurumsal Yönetim Mekanizmaları; Kurumsal Yönetim Mevzuatı; Kurumsal Yönetim İşletmenin Performansı İlişkisi; Kurumsal Yönetimin İç Denetimle İlişkisi; Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kurumsal Yönetim İlişkisi; Kurumsal İtibar-Kurumsal Yönetim İlişkisi; Aile İşletmelerinde Kurumsal Yönetim.

İŞL590 Corporate Governance **ECTS: 6,0**

Corporate Governance and Theories: Shareholders Theory, Stakeholders Theory, Agency Theory; Principles of Corporate Governance; Corporate Governance Mechanisms; Corporate Governance Relevant to Legislation; Corporate Governance Business Performance Relation; Corporate Governance Relevant to Internal Audit; Corporate Social Responsibility Corporate Governance Relation; Corporate Reputation Corporate Governance Relation; Corporate Governance in Family Business.

KİL501 İletişim Çalışmalarına Giriş **AKTS: 6,0**

İletişim Çalışmalarına Giriş dersi kitle iletişim kuram ve araştırmalarının sorunsalları, temel savları ve kullandıkları metodolojilerini kendi tarihselliği bağlamında ele alan bir derstir. Kuramların amacı medyanın toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasi süreçlerle etkileşimlerini analiz etmek; bireyler ve toplumlar üzerindeki etkilerini görebilmektir.Dönem boyunca haftalara göre kuramların seçimi iletişim araştırmalarının tarihsel gelişim sürecine paralel olarak belirlenmiştir dolayısıyla derste anaakım/liberal ve eleştirel/marksist medya çalışmalarını tarihsel gelişimi izlenmektedir.

KİL501 Introduction to Communication Studies **ECTS: 6,0**

Introduction to Communication Studies course is a course that deals with the problematic, basic arguments and methodologies of mass communication theories and researches. The purpose of the theories is to analyze the interactions of the media with social, cultural, economic and political processes; to be able to see the effects on individuals and societies.Throughout the semester, the selection of theories by week was determined in parallel with the historical development process of communication research, so the course follows the historical development of mainstream /liberal and critical/Marxist media studies.

KİL502 Kurumsal Marka Yönetimi **AKTS: 6,0**

Marka Kavramı: Markanın içerdiği Anlamlar, Marka Hangi Yararları Sağlar?; Marka ile ilgili kavramlar: Marka Çağrışımları, Marka Vaadi, Marka Deneyimi, Marka Aşkı -Lovemarks; Marka Konumlandırma Kavramı: Marka Konumlandırma Stratejileri; Marka İsmi: Marka isminin sahip olması gereken özellikler; Marka Denkliği: Marka Denkliği Kavramı; Lüks Marka: Lüks Marka Kavramı, Lüks Markaların Pazarlanması, Lüks Marka İletişimi

KİL502 Corporate Brand Management ECTS: 6,0

Brand Concept: Meanings Contained in the Brand, What Benefits Does the Brand Provide?; Brand-related concepts: Brand Associations, Brand Promise, Brand Experience, Brand Love - Lovemarks; Brand Positioning Concept: Brand Positioning Strategies; Brand Name: Features that a brand name should have; Brand Equity: Brand Equity Concept; Luxury Brand: Luxury Brand Concept, Marketing of Luxury Brands, Luxury Brand Communication

---

KİL507 Küresel İletişim AKTS: 6,0

Küreselleşmenin Gelişimi; Uluslararası İletişim Yaklaşımları Açısından Değerlendirilmesi ; Kültürlerarası İletişim Ve Dil Kullanımı; Sözsüz İletişim Sorunları; İş dünyasında Kültürlerarası İletişim; Küresel Pazarlama İletişimi Çalışmaları; Politik, Yasal ve Ekonomik Çerçevenin İncelenmesi; Kültürel Çerçevenin İncelenmesi; Uluslararası Şirketlerin Halkla İlişkiler Çalışmalarını Etkilemesi; Yerel ve Uluslararası Hİ Arasındaki Benzerlik ve Farklılıklar; Çok Kültürlü Ortamlarda Hİ Etkinlikleri; Küresel Hİ Çerçevesinde Stratejik Yaklaşımlar ; Küresel Hİ Çalışmalarında Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı; Küresel Hİ Kampanyalarının Özellikleri.

KİL507 Global Communication ECTS: 6,0

Development of Globalization; Evaluation of International Communication Approaches; Intercultural Communication and Language Use; Nonverbal Communication Problems; Intercultural Communication in the Business World; Global Marketing Communication Studies; Analysis of Political, Legal and Economic Framework; Examining the Cultural Framework; International Companies Affecting PR Activities; Similarities and Differences Between Local and International PR; PR Activities in Multicultural Settings; Strategic Approaches in Global PR Framework; Use of New Communication Technologies in Global PR Studies; Features of Global PR Campaigns.

KİL509 Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik AKTS: 6,0

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Önemi; Kurumsal Sosyal Sorumlulukla Bağlantılı Temel Kavramlar; Tarihsel Gelişimi; Düzenleyici OLuşum ve Standartlar; Trendler ve Kritik Karar Noktaları; Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Kurumsal Sosyal Girişimler: Kurumsal hayırseverlik, amaca yönelik pazarlama, sosyal pazarlama, gönüllülük uygulamaları; Etik Kavramı ve Başlıca Etik Yaklaşımları I; Etik Kavramı ve Başlıca Etik Yaklaşımları II, Pazarlama İletişimi ve Etik; Yeni Medya ve Etik; Etiksel Karar Alma; Tüketici Etiği

KİL509 Corporate Social Responsibility and Ethics ECTS: 6,0

The Concept of Corporate Social Responsibility (CSR) and Its Importance; Basic Concepts related to Corporate Social Responsibility; Historical Development of CSR; Regulatory Practices, Initiatives and Standards; Trends and Critical Decision Points; Sustainability and Sustainable Development Goals; Corporate Social Initiatives: Corporate philanthropy, Cause-related marketing, Social marketing, volunteering practices; The Concept of Ethics and Ethical Approaches I; Concept of Ethics and Ethical Approaches II, Marketing Communications and Ethics; New Media and Ethics; Ethical Decision Making; Consumer Ethics

---

KİL510 Kurumsal İletişim Araçları Tasarımı AKTS: 6,0

Kurumsal iletişim: Amaç, İşlev, Araç, Strateji, Ortam; Kurum Kültürü: Kavram, Amaç; Kurum Kimliği: Amaç, Kavram, Modeller; Kurumsal Tasarım: Kavram, Amaç, Yayın, Yapım, Değerlendirme

KİL510 Designing Corporate Communications Tools ECTS: 6,0

Corporate Communications: Purpose, Function, Tool, Strategy, Environment; Corporate Culture: Concept, Purpose; Corporate Identity: Purpose, Concept, Models; Corporate Design: Concept, Purpose, Publication, Production, Evaluation

---

KİL511 Kurumsal İletişimde Yazarlık AKTS: 6,0

Halkla ilişkilerden Kurumsal İletişime; Kurumsal İletişimde Yazarlık; Kurumsal iletişim Yazarının Rol ve Sorumlulukları; Kurumsal İletişimde Haber Kavramı ve Haber Değeri; Yazmaya Hazırlık ve Yazma Süreci; Gelenekselde ve Dijitalde Medya İlişkileri; Kurumsal İletişim Yazarlığında İkna; Geleneksel Medya için Yazarlık; Sosyal Medya için Yazarlık; Kurumsal İletişim Araçları İçin Yazarlık: Basın Bülteni, Röportaj, Kurum Gazetesi, Kurum Dergisi, Haber mektubu, Insörtler, Konuşma Metinleri, Kurumsal Reklam, Broşür, Afiş, Kitapçık, Sosyal Medya İçerikleri; Kriz Dönemlerinde Yazarlık; Kurumsal İletişim Araçlarının Analizi.

KİL511 Corporate Communications Writing ECTS: 6,0

From Public Relations to Corporate Communication; Writing in Corporate Communication; Corporate Communication Author's Roles and Responsibilities; News Concept and News Value in Corporate Communication; Preparation for Writing and Writing Process; Media Relations in Traditional and Digital; Persuasion in Corporate Communication Writing; Writing for Traditional Media; Writing for Social Media; Writing for Corporate Communication Tools: Press Bulletin, Interview, Corporate Newspaper, Corporate Magazine, News Letter, Inserts, Speech Texts, Corporate Advertising, Brochure, Poster, Booklet, Social Media Contents; Writing in Times of Crisis; Analysis of Corporate Com.

KİL514 Kurumsal Sosyal Medya Yönetimi AKTS: 6,0

Sosyal Medya: Tanımı, Önemi, Gelişimi; Sosyal Medya Araçları: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn, Podcast; İçerik: Tanımı, Önemi; İçerik Pazarlaması: Tanımı, Önemi, Web 3.0 Kavramı; Kurumsal Markaların Sosyal Medya Kullanımları: Sosyal Medyada İçerik Üretimi, Sosyal Medya Yönetimi, Sosyal Medyada İtibar Yönetimi, Markalar ve Tüketici Etkileşimi, Başarılı Sosyal Medya Kampanyaları.

KİL514 Corporate Social Media Management ECTS: 6,0

Social Media: Definition, Importance, Historical Development; Social Media Tools: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn, Podcast; Content: Definition, Importance; Content Marketing: Definition, Importance, The Concept of Web 3.0; Social Media Usage of Corporate Brands: Producing Content in Social Media, Social Media Management, Corporate Reputation in Social Media, Brands and Consumer Interaction, Successful Social Media Campaigns.

KİL515 Kurumsal Kimlik ve İmaj Yönetimi AKTS: 6,0

Kurumsal Kimliğin Tarihsel Gelişimi: Türkiye de kurumsal kimlik çalışmalarının tarihsel örnekleri; Kurumsal Kimliğin Kavramsal Olarak Sınırlandırılması; Kurumsal Kimliğin Yapıları; Kurumsal Kimliğin Unsurları; Kurum Kimliği Stratejisi; Kurum Kimliğinin Oluşturulması; Kurum Kültürü; Kurumsal Davranış; Kurumsal İmaj Kavramı; Kurumsal İmaj Çeşitleri; Kurumsal İmaj Fonksiyonları; Kurumsal İmaj Oluşumu ve Hedef Kitle; Kurumsal İmaj Stratejileri; Kurumsal İmaj Politikaları.

KİL515 Corporate Identity and Image Management ECTS: 6,0

Historical Development of Corporate Identity: Historical Examples of Corporate Identity in Turkey; Conceptual Limitation of Corporate Identity; Structures of Corporate Identity; Elements of Corporate Identity; Corporate Identity Strategy; Establishing the Corporate Identity; Corporate Culture; Corporate Behavior; The Concept of Corporate Image; Types of Corporate Image; Corporate Image Functions; Corporate Image Formation and Target Audience; Corporate Image Strategies; Corporate Images Policies.

KİL517 Kurumlarda İtibar Yönetimi AKTS: 6,0

Kurumsal İletişim Nedir?: İletişim türleri ve kurumsal itibar ilişkisi, Kurumsal iletişim perspektifi; İletişim ve İtibar: Marka-imaj-itibar; Kurum Kimliğinin Yaratılması: Kimlik konseptleri; Kurum Kimliğinin Ölçümlenmesi; Kurumsal Marka ile İletişim; İtibar Platformu Geliştirme; İtibarın İletişimi; Paydaşlarla İletişim; Kurumsal İletişimin Değerlendirilmesi; Kurumsal İtibar Araştırmaları; Kurumsal İletişimin Organize edilmesi.

KİL517 Reputation Management of Corporations ECTS: 6,0

What is Corporate Communication?: Types of communication and the corporate reputation relation, The corporate communication perspective; Communication and Reputation: Brand-image-reputation; Creating Corporate İdentity: Identity concepts; Measuring Corporate Identity; Communicating with the Corporate Brand; Developing Reputation Platform; Communicating the Corporate Reputation; Communicating with the Stakeholders; Assessing the Corporate Communication; Corporate Reputation Research; Organizing Corporate Communication.

KİL519 Kurum İçi İletişim AKTS: 6,0

Temel Kavramlar: Kurumsal iletişim, Halkla ilişkiler, Kurumiçi iletişim, Hedef kitle, Paydaş, Kimlik, İmaj, İtibar; Kurumiçi İletişimde Hedef Kitle: Çalışanlar, Yöneticiler, Hissedarlar, Çalışan yakınları, Diğer paydaşlar; Kurum Kültürü: Değerler, Normlar, Semboller, Hikayeler, Kurumsal davranış, Kurum kültürünün işlevleri, Kurum kültürü yönetimi; Kurumiçi İletişim Araç ve Ortamları: Kurumsal yayınlar, Etkinlikler, Kutlamalar, Törenler, Görüşmeler, Toplantılar, Yazışmalar, Dijital iletişim araçları.

KİL519 Internal Communication ECTS: 6,0

Basic Concepts: Corporate communication, Public relations, Internal communication, Target audience, Stakeholder, Identity, Image, Reputation; Target audience in internal communication: Employees, Managers, Stockholders, Employees' families, Other stakeholders; Corporate culture: Values, Norms, Symbols, Stories, Corporate behavior, Functions of corporate culture, Corporate culture management; Internal communication tools and media: Corporate publications, Events, Celebrations, Ceremonies, Interviews, Meetings, Correspondence, Digital communication tools.

LEE510 Bilim Etiği ve Araştırma Teknikleri AKTS: 6,0

Bilim ve Bilimsel Araştırma: Bilim, Bilimsel bilgi, Bilimsel yöntem, Bilimsel araştırmalarda paradigmalar; Bilimsel Araştırma Süreci; Nicel Araştırma Yaklaşımı: Nicel araştırma süreci; Nicel Araştırma Teknikleri, Örnekleme teknikleri, Ölçüm düzeyleri, Nicel analiz teknikleri; Nitel Araştırma Yaklaşımı: Nitel araştırma süreci, Nitel araştırma desenleri, Nitel araştırma teknikleri, Nitel araştırmalarda analiz; Geçerlik ve Güvenirlik; Bilimsel Araştırmalarda Raporlama; Bilimsel Araştırma Etiği.

LEE510 Ethics of Science and Research Techniques ECTS: 6,0

Science and Scientific Research: Science, Scientific knowledge, Scientific method, Paradigms in scientific research; The Scientific Research Process; Quantitative Research Approach: The quantitative research process; Quantitative research techniques, Sampling techniques, Levels of measurement, Quantitative analysis techniques; Qualitative Research Approach: The qualitative research process, Qualitative research designs, Qualitative research techniques, Analysis in qualitative research; Validity and Reliability; Reporting in Scientific Research; Research Ethics.

PZL520 Bütünleşik Pazarlama İletişimi AKTS: 6,0

Bütünleşik pazarlama iletişim, Kurumsal iletişim, Geleneksel pazarlama iletişimi araçları, Dijital teknolojiler,

PZL520 Integrated Marketing Communications ECTS: 6,0

Integrated marketing communications, Corporate communications, Traditional marcom tools, Digital technologies

---

PZL523 Pazarlama Yönetimi AKTS: 6,0

Pazarlama Kavramı ve Gelişimi; Tüketici ve Pazar Analizi; Pazarlama Stratejisi ve Pazarlama Karması; Ürün, Hizmet ve Marka; Yeni Ürün Geliştirme ve Yenilikçilik; Fiyat Uygulamaları ve Politikaları; Pazarlama Kanalları; Perakendecilik ve AVM; Pazarlama İletişimi Stratejisi; Kişisel Satış; Müşteri Hizmetleri Yönetimi; Küreselleşme ve Pazarlama; Postmodern Pazarlama; Pazarlamada Sosyal Sorumluluk.

PZL523 Marketing Management ECTS: 6,0

Marketing Concept and its Developmental Process; Consumer and Market Analysis; Marketing Strategy and the Marketing Mix; Product, Service and the Brand; New Product Development and Innovativation; Pricing Applications and Policies; Marketing Channels; Retailing and Shopping Malls; Marketing Communication Strategy; Personal selling; Customer Services Management; Globalization and Marketing; Postmodern Marketing; Social Responsibility in Marketing.