



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Siyasal İletişim	REK218	4	3 + 0	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (yüz yüze)				
Amaç	Siyasal iletişim kavramlarının tanımlanması, seçimler, parti politikaları, basında bu konuların yansımaları ve siyasal kampanyaları irdelenmesi, siyasal iletişimi anlamlandırma biçimlerinin ortaya konulması ile siyaset ve iletişim kavramları arasındaki bağlantıları kurmak amaçlanmaktadır.				
Ders İçeriği	Bu dersin içeriğini seçim kampanyaları, propaganda, siyasal mesajların yapıları, farklı yönetim biçimlerinde siyasal iletişim, demokrasi kültürü, siyasal iletişim araçları ve aktörleri, bu araçların kullanımı gibi konular oluşturmaktadır.				
Ders Kaynakları	Oya TOKGÖZ (2014), Siyasal İletişimi Anlamak, İmge Yayınları, Ankara., Oya TOKGÖZ (2014), Siyasal İletişimi Anlamak, İmge Yayınları, Ankara.				

Hafta	Konu
1	Siyasal İletişime İlişkin Temel Kavramlar
2	Siyasal İletişim Yakın Bilim Dalları
3	Siyasal Aktörler
4	Siyasal İletişim Türleri
5	Siyasal İletişim Türleri ve Medya Sistemleri
6	Siyasal Pazarlama
7	Siyasal Pazarlama
8	Siyasal Reklamcılık ve Halkla İlişkiler
9	Lobicilik tarihi ve çeşitli toplumlarda lobicilik
10	Dünyada ve Türkiye’de başlıca Lobicilik uygulamaları
11	Lobicilik ve Siyasal İletişim Kampanyaları
12	Uluslararası örgütlerde lobicilik ve yetkileri
13	Lobicilik Örnek Olay incelemeleri
14	Genel Değerlendirme

Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir.
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir.
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır.
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar.
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir.
- Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13
Siyaset kavramının iyi anlaşılması	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Siyasal Kampanya Yönetimini bilir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lobicilik şirketlerinde çalışabilecek temel bilgileri edinme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Siyasi olayları yeterli düzeyde değerlendirme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Siyasal iletişim ve siyasal pazarlama kavramlarını halka ilişkiler temelinde değerlendirebilir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-