



Ekonomiye Giriş (ECON 115) Ders Detayları

Ders Adı	Ders Kodu	Dönemi	Ders Saati	Uygulama Saati	Laboratuar Saati	Kredi	AKTS
Ekonomiye Giriş	ECON 115	Güz	3	0	0	3	6

Ön Koşul Ders(ler)i	
---------------------	--

Dersin Dili	İngilizce
Dersin Türü	Diğer Bölümlerden Alınan Servis Dersleri
Dersin Seviyesi	Lisans
Ders Verilme Şekli	Yüz Yüze
Dersin Öğrenme ve Öğretme Teknikleri	Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt
Dersin Koordinatörü	
Dersin Öğretmen(ler)i	• Dr. Öğretim Üyesi Gürsan Şenalp

Dersin Asistanı	
Dersin Amacı	Bu ders, iletişim, medya, halkla ilişkiler ve reklamcılık eğitiminin ekonomik sistemin yapısı ve ilişkileriyle işleyen toplumsal yapı hakkında temel ekonomik bilgilerin öğrenilmesinin gerekliliği düşünülerek tasarlanmıştır.
Dersin Eğitim Çıktıları	Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler; <ul style="list-style-type: none">• Öğrenciler, temel iktisadi kavramları ve ilişkileri anlarlar• bireylerin, şirketlerin ve hükümetlerin iktisadi rolünü açıklayabilirler• Bireyler, şirketler ve hükümetleri açısından ekonomik problemlerin doğasını ve nedenlerin tanımlayabilir• iktisadi kavram, konular ve düşüncelerle ilgili edindikleri bilgileri kullanarak, iletişim kurabilirler
Dersin İçeriği	Dersin içeriği haftalık ders tablosunda sunulmuştur.

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Öğrencilerle tanışma ve dersin tanıtımı	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
2	Econominin temel kavramları; arz, talep ve ticaret	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
3	Micro-ekonominin temelleri: tüketici, tüketici tercihleri, üretim, şirket kararları	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
4	Pazar ve kaynak ayrımı, tekel ve pazarın kontrolü	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
5	Ekonomi ve iktidarın rolü	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),

6	Ekonomi ve iktidarın rolü	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
7	İş piyasası ve ücretler	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
8	Makro ekonomi kavramları; üretim, kazanç ve istihdam	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
9	Ara sınav	
10	Parasal sistem, fiyatlar ve enflasyon	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
11	Ekonomik büyüme, durağanlık, küçülme ve yaşam standartları	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
12	Ekonomik büyüme, durağanlık, küçülme ve yaşam standartları	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
13	Ulusal ve Uluslararası para politikaları	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
14	Ulusal ve Uluslararası para politikaları	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
15	Toplam talep ve toplam arz	Hall, R. E. and M. Lieberman (2005),
16	Final sınavı	

Kaynaklar

Ders Kitabı:

1. Hall, R. E. and M. Lieberman (2005), Introduction to Economics, 2nd edition (USA: Thompson South-Western).

Değerlendirme Sistemi

Çalışmalar

Sayı

Katkı Payı

Devam/Katılım	-	-
Laboratuvar	-	-
Uygulama	-	-
Alan Çalışması	-	-
Derse Özgü Staj	-	-
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği	-	-
Ödevler	2	30
Sunum	-	-
Projeler	-	-
Seminer	-	-
Ara Sınavlar/Ara Juri	1	30
Genel Sınav/Final Juri	1	40
Toplam	4	100

Yarıyıl İçi Çalışmalarının Başarı Notu Katkısı	60
Yarıyıl Sonu Çalışmalarının Başarı Notuna Katkısı	40
Toplam	100

Ders Kategorisi

Temel Meslek Dersleri	
------------------------------	--

Uzmanlık/Alan Dersleri	
Destek Dersleri	X
İletişim ve Yönetim Becerileri Dersleri	
Aktarılabılır Beceri Dersleri	

Dersin Öğrenim Çıktılarının Program Yeterlilikleri ile İlişkisi

#	Program Yeterlilikleri / Çıktıları	Katkı Düzeyi				
		1	2	3	4	5
1	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilişkili teorik yaklaşımlara, kavramlara, araştırma yöntemlerine ve araçlarına dair temel bir bilgi.					
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının farklı yerel, ulusal ve küresel bağlamlarda zaman içinde nasıl evrildiğine dair bir anlayış					
3	Halkla ilişkiler ve reklamcılık teorisi ve pratiğinde dünya çapında meydana gelen gelişmeleri takip edebilme					
4	Bir halkla ilişkiler ve reklamcılık program veya kampanyası için stratejik amaçların ve edinimlerin nasıl tasarlanacağına ve geliştirileceğine dair ileri düzeyde bir bilgi					
5	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında araştırma sorularını yanıtlamak ve bilgi geliştirmek için veri toplamaya, analiz etmeye ve yorumlamaya yarayan teorileri ve metodolojileri uygulama yetisi					

6	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanındaki etik standartlara, ve bu standartların nasıl geliştirilebileceğine, ifade edileceğine ve irdelenebileceğine dair bir anlayış				
7	Halkla ilişkiler ve reklamcılık pratikleri ve araştırma çalışmalarına dahil olan katılımcılar ile ilgili etik standartları uygulama yetisi				
8	Halkla ilişkiler ve reklamcılık araştırmalarını ve/veya pratiklerini yürüten yerli veya yabancı, gerek akademik gerekse akademik olmayan kişiler veya gruplarla iletişimde bulunmak için gerekli beceriler				
9	Halkla ilişkiler pratikleri için gruplar, örgütler ve topluluklarda iletişim ve kültürün birbirine bağlı olduğuna, ve genel olarak sosyo-kültürel bağlamın önemine dair derinlikli bir anlayış				
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık araştırmalarının ve/veya pratiklerin en zorunlu parçalarından olan ekip çalışması becerileri				
11	Bir halkla ilişkiler programı veya kampanyasında ortaya çıkabilecek sorunlar karşısında bireysel sorumluluk veya inisiyatif alma ve yaratıcı çözümler geliştirme yeterliliği				
12	Halkla ilişkiler ve reklamcılık programlarını veya kampanyalarını yürütmek için gerekli çeşitli yazılımları ve bilişim teknolojileri ve hesaplama ile ilişkili diğer becerileri kullanma yetisi				
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık araştırmalarının ve/veya pratiklerinin gerçekleştiği, hızla değişen toplumsal ve teknolojik çevrelere uyum sağlama ihtiyacına dair esaslı bir anlayış				

ECTS/İş Yüğü Tablosu

Aktiviteler	Sayı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü
-------------	------	---------------	----------------

Ders saati (Sınav haftası dahildir: 16 x toplam ders saati)	16	3	48
Laboratuvar			
Uygulama			
Derse Özgü Staj			
Alan Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi	16	5	80
Sunum/Seminer Hazırlama			
Projeler			
Ödevler	2	5	10
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği			
Ara Sınavlara/Ara Juriye Hazırlanma Süresi	1	10	10
Genel Sınava/Genel Juriye Hazırlanma Süresi	1	20	20
Toplam İş Yüğü			168