



İktisada Giriş I (ECON 101) Ders Detayları

Ders Adı	Ders Kodu	Dönemi	Ders Saati	Uygulama Saati	Laboratuvar Saati	Kredi	AKTS
İktisada Giriş I	ECON 101	Güz	3	0	0	3	5

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, Gösteri, Tartışma, Soru-Yanıt
Dersin Koordinatörü	
Dersin Öğretmen(ler)i	<ul style="list-style-type: none">• Yrd. Doç. Dr. Belgi Turan• Öğr. Gör. Dr. Esra Şengör Şenalp

Dersin Asistanı	
Dersin Amacı	Bu dersin ana amacı öğrencilerin mikroekonomik teorinin temel kavramlarını öğrenmelerini sağlamaktır. Ayrıca bu derste gerekli analiz araçları sağlanarak öğrencilerin temel problemleri analiz etmeleri sağlanacaktır.
Dersin Eğitim Çıktıları	Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler; <ul style="list-style-type: none"> • Çeşitli konulara ekonomik düşünce biçimini uygulamayı öğrenmek • Mikroekonominin temel alanlarını anlamak • İleride görülecek dersler için mikroekonominin temellerini atmak
Dersin İçeriği	Bu derste talep, arz ve piyasa fiyatı gelişimine giriş yapılmaktadır. Monopol ve tam rekabet gibi, seçilmiş mikro ekonomik problemler incelenmektedir. Aynı zamanda kaynak dağıtımı ve gelir dağılımındaki fiyatların rolü gibi değişik konulara değinilmektedir.

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Ekonomi ve Ekonomik Nedensellik	Colander 8th Edition, pp. 4-25
2	Üretim Olanakları Eğirisi, Ticaret ve Küreselleşme	Colander 8th Edition, pp. 25-55
3	Arz ve Talep	Colander 8th Edition, pp. 83-106
4	Arz ve Talebin kullanımı	Colander 8th Edition, pp. 71-100
5	Arz ve Talebin Açıklanması: Esneklikler	Colander 8th Edition, pp. 154-179
6	Vergi, Devlet Müdahalesi	Colander 8th Edition, pp. 179-198
7	Kişisel Seçimin Mantiği	Colander 8th Edition, pp. 230-255

8	Üretim ve Maliyet Analizi I	Colander 8th Edition, pp. 276-295
9	Üretim ve Maliyet Analizi II	Colander 8th Edition, pp. 295-317
10	Tam Rekabet	Colander 8th Edition, pp. 317-340
11	Tekel	Colander 8th Edition, pp. 340-361
12	Tekelci Rekabet ve Oligopol	Colander 8th Edition, pp. 361-380
13	Emek ve İş Piyasası	Colander 8th Edition, pp.430-459
14	Piyasa Aksaklığı Hükümet Başarısızlığı	Colander 8th Edition, pp. 485-505
15	Genel Tekrar	
16	Final Sınavı	

Kaynaklar

Ders Kitabı:	1. Colander, David, Economics, 8th or 9th Edition, McGraw-Hill.
Diğer Kaynaklar:	1. Case, Karl E. and Fair, Ray C., Principles of Economics, 7th or 8th Edition, Pearson/Prentice Hall.

Değerlendirme Sistemi

Çalışmalar	Sayı	Katkı Payı
Devam/Katılım	-	-
Laboratuar	-	-
Uygulama	-	-
Alan Çalışması	-	-
Derse Özgü Staj	-	-
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği	15	10

Ödevler	15	10
Sunum	-	-
Projeler	-	-
Seminer	-	-
Ara Sınavlar/Ara Juri	2	25
Genel Sınav/Final Juri	1	30
Toplam	33	75

Yarıyıl İçi Çalışmalarının Başarı Notu Katkısı	50
Yarıyıl Sonu Çalışmalarının Başarı Notuna Katkısı	50
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 bağı olduğına, 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 yeterliliğı					
12	Halkla ilişkiler ve reklamcılık programlarını veya kampanyalarını yürütmek için gerekli çeşitli yazılımları ve bilişim teknolojileri ve hesaplama ile ilişkin diğere becerileri kullanma yetisi					
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık araştırmalarının ve/veya pratiklerinin gerçekleştiğı, hızla değışen 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	16	2	32
Derse Özgü Staj			

Alan Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi	16	4	64
Sunum/Seminer Hazırlama			
Projeler			
Ödevler	6	1	6
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği	2	1	2
Ara Sınavlara/Ara Juriye Hazırlanma Süresi	2	3	6
Genel Sınava/Genel Juriye Hazırlanma Süresi	1	3	3
Toplam İş Yüğü			161