|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Fotoğrafçılık tarihinde teknik ve kültürel dönüşümler | Zuhal ÖZEL SAĞLAMTİMUR |   |
| Reklam ve Biz | Belma GÜNERİ FIRLAR |   |
| Reklam yazarlığı | Müge ELDEN |   |
| Web siteleri ve ikna: Teknolojinin ikna gücü | Sinem YEYGEL ÇAKIR |   |
| Reklama rota çizmek | F. Belma GÜNERİ FIRLAR |   |
| Sanal ortamda bütünleşik pazarlama iletişimi | Belma GÜNERİ FIRLARSinem YEYGEL |   |
| Temel kavramlarla reklam ajansı - reklamveren ilişkileri | Işıl KARPAT AKTUĞLUAyşen TEMEL EĞİNLİSema MİSCİ |   |
| Reklamda rekabetin anahtarı: Medya planlama | Belma GÜNERİ FIRLAR |   |
| Kişilerarası iletişim: Bilgiler-etkiler-engeller | Demet GÜRÜZAyşen TEMEL EĞİNLİ |   |
| İletişim becerileri anlamak, anlatmak, anlaşmak | Demet GÜRÜZAyşen TEMEL EĞİNLİ |   |
| Yönetim ve organizasyon: Bireyden örgüte, fikirden eyleme | Demet GÜRÜZEmet GÜREL |   |
| Reklam yönetimi | Demet GÜRÜZ |   |
| Reklam ve reklam mevzuatı | B. Zakir AVŞARMüge ELDEN |   |
| Memnun çalışanlar: (Çalışan ilişkileri yönetimi/ ERM); Memnun müşteriler: (Müşteri ilişkileri yönetimi/CRM) | Sinem YEYGEL ÇAKIRAyşen TEMEL EĞİNLİ |   |
| İnternet çağında kurumsal iletişim | Ebru UZUNOĞLUFerah ONATÖzlem AŞMAN ALİKILIÇSinem YEYGEL ÇAKIR |   |
| Etkili sunum teknikleri | Demet GÜRÜZ Ayşen TEMEL EĞİNLİ |   |
| Reklam ve hukuksal düzenlemeleri | Zakir AVŞARMüge ELDENOsman ÇAYDEREUğur BAKIR |   |
| Kampanya planlaması: Reklam temelli pazarlama planı | Jim AVERYÇEV.: Celil OKER |   |
| Reklam nasıl işe yarar araştırmanın rolü=How advertising works the role of research | DER.: John Philip JONESÇEV.: Mustafa DİLBERÇEV.. Didem Ünal BİÇİCİOĞLU |   |
| Reklam ne zaman işe yarar?: Reklamın satışları tetiklemesi | John Philip JONESÇEV.: Erhan GÜVEN |   |
| Hesap verebilen reklam: Yöneticiler ve analistler için el kitabı | Simon BROADBENTÇEV.: Haluk MESCİ |   |
| Müşteri ilişkileri rehberi: Müşteri temsilcilerinin bilmesi gerekenler | Çev.: Bilgin ADALI [ve bşk..] |   |
| Reklam çekicilikleri: Cinsellik, mizah, korku | Müge ELDENUğur BAKIR |   |
| Reklam ve reklamcılık | Müge ELDEN |   |
| Kurumsal reklamın anlattıkları (2 ADET) | Müge ELDENSinem YEYGEL |   |
| Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler | Işıl KARPAT AKTUĞLU |   |
| Reklam ustaları 1 | ED.: Müge ELDENED.: Uğur BAKIR |   |
| Reklamcılığımızın ilk yüzyılı: 1840-1940 | Orhan KOLOĞLU |   |
| Dagmar: Ölçülür reklam sonuçları için reklam hedeflerini tanımlamak | Solomon DUTKAÇEV.: Haluk MESCİ |   |
| Reklamda görsel tasarım: Yaratıcılık ve sanat | Müge ELDENÖzen OKAT ÖZDEM |   |
| Medya ve mizah | ED.: Huriye KURUOĞLUED.: Mikail BOZ. |   |
| Medyada toplumsal cinsiyet okumaları | ED.: Dilek TakımcıED.: İlknur Gürses |   |
| Medya ve iletişim sosyolojisi = Sociologie de la communication et des media | Eric MAİGRETÇEV.: Halime YÜCEL |   |
| İletişim kuramları tarihi: Histoire des theories de la communication | Armand MATTELARTMichele MATTELARTÇEV.: Merih ZILLIOĞLU |   |
| Film eleştirisi: Kuramsal çerçeve ve sinemamızdan örnek çözümlemeler | Lale KABADAYI |   |
| Göstergebilim çözümlemeleri | Seyide PARSAAlev Fatoş PARSA |   |
| Sanatın öyküsü | E. H. GOMBRİCHÇEV.: Bedrettin CÖMERT. |   |
| Modern sanatın öyküsü | Norbert LYNTONÇEV.: Cevat ÇAPANSadi ÖZİŞ |   |
| Üçüncü sinema | Battal ODABAŞ |   |
| Sinema dersleri | EisensteinÇEV.: Engin AYÇA |   |
| Türk sinema tarihi | Fikret HAKANDER.: Nigar PÖSTEKİ |  |