

|                                             |                                            |                                    |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------|
| <b>Bölüm</b><br>Halkla İlişkiler ve Tanıtım | <b>Öğretim Yılı</b><br>2020/2021           | <b>Tarih</b><br>18.04.2020         |
| <b>Ders Kodu</b><br><b>HİT103</b>           | <b>Ders Adı</b><br>Halkla İlişkilere Giriş | <b>Dönem/Yıl</b><br>Güz / 1. Sınıf |
| <b>Ders Dili</b>                            | Türkçe                                     | <b>AKTS Kredisi</b><br>4           |
| <b>Durumu</b>                               | Zorunlu                                    |                                    |
| <b>Ön şartlar</b>                           | Yok                                        |                                    |
| <b>Dersin Adresi</b>                        |                                            |                                    |
| <b>Kredi</b>                                | <b>Teori</b>                               | <b>Uygulama</b>                    |
| 2                                           | 2                                          | -                                  |
| <b>Öğretim Üyesi</b>                        | <b>Laboratuvar</b>                         | <b>Sunum</b>                       |
| <b>Ders Yardımcısı</b>                      | -----                                      | <b>Proje/Alan Çalışması</b>        |
|                                             |                                            | -                                  |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ders İçeriği</b> | Dersin amacı, halkla ilişkilerin temel kavramsal çerçevesini çizerek, öğrencilerin ileride alacakları teorik ve uygulamalı derslere zemin hazırlamasını sağlamaktır. Halk ve ilişki kavramları, halkla ilişkiler tanımları, reklam, propaganda, tanıtma, duyurma gibi kavramlar, proaktif ve reaktif halkla ilişkiler, Halkla İlişkilerin dünyada ve Türkiye’deki gelişimi, halkla ilişkiler personelinin nitelik ve görevleri, halkla ilişkiler teknikleri dersin içeriğini oluşturmaktadır. |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| <b>Ders Planı</b> |                                                                      |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>Hafta</b>      | <b>Konular</b>                                                       |
| 1                 | Halkla İlişkiler tanımlaması, halk ve ilişki kavramının açıklanması. |
| 2                 | 20. yy da modern halkla ilişkileri ortaya çıkaran nedenler           |
| 3                 | Halkla İlişkilerin Reklam ve Propagandadan farkları                  |
| 4                 | Halkla ilişkilerin Pazarlama ve Lobicilikten farkları                |
| 5                 | Halkla ilişkilerin özellikleri ve temel prensipleri                  |
| 6                 | Halkla İlişkilerde hedef kitle ve hedef kitle çeşitleri              |
| 7                 | Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları                      |
| 8                 | <b>ARASINAV</b>                                                      |
| 9                 | Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları                      |
| 10                | Halkla ilişkiler ve Medya                                            |
| 11                | Proaktif ve Reaktif halkla ilişkiler                                 |
| 12                | Kurumsal halkla ilişkiler                                            |
| 13                | Pazarlama yönlü halkla ilişkiler                                     |
| 14                | Halkla İlişkiler Kampanya Süreci (Dört Adım Modeli)                  |
| 15                | <b>MAZERET SINAVI</b>                                                |

|                                   |                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ders Kitapları /Kaynakları</b> | 1. Filiz Balta Peltekoğlu (2009). Halkla İlişkiler Nedir?<br>2. Mete Çamdereli (2005). Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler, Salyongoz Yayınları, İstanbul. |
| <b>Yardımcı Kitaplar</b>          | 1. Metin Kazancı (1982). Halkla İlişkiler Kuramsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar, 2. Baskı, Ankara                                                      |

| <b>Değerlendirme Ölçütleri</b> | <b>Adet</b>          | <b>Adet</b> | <b>Yüzde (%)</b> |
|--------------------------------|----------------------|-------------|------------------|
|                                | <b>Ara Sınavlar</b>  | 1           | 40               |
|                                | <b>Kısa Sınavlar</b> | -           | -                |
|                                | <b>Ödevler</b>       | -           | -                |
|                                | <b>Projeler</b>      | -           | -                |
|                                | <b>Dönem Ödevi</b>   | -           | -                |
|                                | <b>Laboratuvar</b>   | -           | -                |
|                                | <b>Diğer</b>         | -           | -                |

|                                         |                          |   |    |
|-----------------------------------------|--------------------------|---|----|
|                                         | <b>Dönem Sonu Sınavı</b> | 1 | 60 |
| <b>Değerlendirme Ölçütleri Hakkında</b> |                          |   |    |

|                                       |                             |     |
|---------------------------------------|-----------------------------|-----|
| <b>İçerik Ağırlıkları Yüzdesi (%)</b> | Matematik ve Temel Bilimler | -   |
|                                       | Mühendislik Bilimleri       | -   |
|                                       | Mühendislik Tasarımı        | -   |
|                                       | Sosyal Bilimler             | 100 |

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ders Çıktıları (Kazanımlar)</b> | Halkla İlişkiler ile ilgili kavramları, kavramlar arası ilişkileri açıklar.                                                                                                                                                                                       |
| <b>Dersin Hedefleri</b>            | 1. Halkla ilişkilerin ne olduğu ve ne olmadığı hakkında öğrencilerin fikir sahibi olmaları.<br>2. Pek çok disiplinle ilişkili olan halkla ilişkilerin diğer disiplinlerden ayrılmasının sağlanması.<br>3. Mesleki beceri için gerekli temel bilgilerin verilmesi. |
| <b>Dersin İşleniş Biçimi</b>       |                                                                                                                                                                                                                                                                   |

| <b>Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |   |   |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|
| Program çıktıları                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 0 | 1 | 2 |
| 1                                                 | Sosyal bilimler alanında ortaöğretimde kazanılan bilgi, beceri ve yetkinlikler üzerine inşa edilmiş, halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili kavramları ve kavramlar arası ilişkileri açıklar. Daha sonra, bu alanlarda edindiği ileri düzeydeki kavramsal ve uygulamalı bilgileri kullanır |   |   | X |
| 2                                                 | Bilimsel bilginin üretimi ile ilgili süreçleri yöntem ve teknikleri teşhis eder.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | X |   |   |
| 3                                                 | Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili tüm paydaşların iletişim özellikleri ve yaşadığı iletişim sorunları konularında bilgi sahibidir.                                                                                                                                                    |   | X |   |
| 4                                                 | İletişim ortam ve araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilme bilgisine sahiptir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | X |   |   |
| 5                                                 | Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında faaliyet gösteren kurumların yapısal ve yönetsel özelliklerini tanıır.                                                                                                                                                                                      |   |   | X |
| 6                                                 | Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili özgün fikirleri yaratıcı bir şekilde açıklar. Daha sonra, bu alanlardaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını ya da farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve teknikleri geliştirir ve uygular.                 |   | X |   |
| 7                                                 | Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında bireysel ya da grup çalışmalarında sorumluluk alır ve alınan görevleri yerine getirir ya da bağımsız olarak yürütür.                                                                                                                                        |   | X |   |
| 8                                                 | Bireysel ve ekip üyesi olarak mesleki gelişimine yönelik Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında etkinlikleri planlar ve yönetir.                                                                                                                                                                   |   | X |   |
| 9                                                 | Bilgiye ulaşma yollarını bilir, Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip eder ve kullanır.                                                                                                                                                                 | X |   |   |
| 10                                                | Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.                                                                                                                                                         | X |   |   |
| 11                                                | Ulusal ve uluslararası gündemde yer alan olay ve gelişmeleri izler ve yorumlar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | X |   |   |
| 12                                                | Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranır                                                                                                                                                                                                                                              |   |   | X |
| 13                                                | Toplumsal Sorumluluk bilinciyle yaşadığı sosyal çevre için mesleki proje ve etkinlikler planlar ve gerçekleştirir.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   | X |   |

|                                                |                                                                                                                                                                                                                |  |  |   |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|---|
| 14                                             | Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarına ilişkin yasa ve mevzuatın bilincinde olur ve bunlara uygun davranır. |  |  | X |
| 15                                             | Alanın dinamiklerine bütünleşik bir bakış açısı ile yaklaşabilir; yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirir.                                                                    |  |  | X |
| <b>Dersin Katkısı: 0:Hiç 1:Kısmi 2:Tümüyle</b> |                                                                                                                                                                                                                |  |  |   |

**Düzenleyen Kişi(ler):**

**Hazırlanma Tarihi:**