

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım			Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 21.04.2020	
Ders Kodu HİT211	Ders Adı Kamu ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler		Dönem/Yıl Güz / 2. Sınıf	AKTS Kredisi 5	
Ders Dili	Türkçe				
Durumu	Seçmeli				
Ön şartlar	Yok				
Dersin Adresi					
Kredi	Teori	Uygulama	Laboratuvar	Sunum	Proje/Alan Çalışması
2	2	-	-	-	-
Öğretim Üyesi					
Ders Yardımcısı	-----				

Ders İçeriği	Kamu ve özel kuruluşlarda halkla ilişkiler dersi ile öğrenciye hem kuramsal hem uygulamalı olarak halkla ilişkiler disiplininin bu kuruluşlardaki işleyişi, rolü ve önemi ifade edilmektedir. Halkla ilişkilerin kamu ya da özel kuruluşlardaki rolü ve önemi, kamuda ve özel kuruluşlarda halkla ilişkilerin özgün sorunları, halkla ilişkilerin uygulanması, halkla ilişkilerin uygulamada eksiklik ve sonuçları, işletmeler açısından halkla ilişkilerin uygulama basamakları dersin temel konularıdır.
---------------------	--

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Halkla ilişkilerin doğuşu ve öneminin artması
2	Halkla ilişkilerde komşu kavramlar ve tanımlama
3	Yönetimin yapı işleyiş ve kararlarının halka açıklanması: tanıtım (tanıtma)
4	Yönetimin halkın gereksinim ve isteklerini öğrenmesi: tanıma
5	Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin özgün sorunları
6	Yerel Yönetimlerde Halkla İlişkiler
7	Uygulamada eksiklikler ve sonuçları
8	ARASINAV
9	Özel kuruluşlarda halkla ilişkiler
10	Kurum içi halkla ilişkiler
11	Halkla ilişkilerde araç ve yöntemler
12	Önemi artan uygulamalar
13	Kriz dönemlerinde halkla ilişkiler
14	Halkla ilişkilerde yeni bir kurum önerisi (ombudsman)
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Kazancı, Metin (2006), Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler, Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
Yardımcı Kitaplar	

Değerlendirme Ölçütleri	Adet	Adet	Yüzde (%)
	Ara Sınavlar	1	40
	Kısa Sınavlar	-	-
	Ödevler	-	-
	Projeler	-	-
	Dönem Ödevi	-	-
	Laboratuvar	-	-

	Diğer	-	-
	Dönem Sonu Sınavı	1	60
Değerlendirme Ölçütleri Hakkında			

İçerik Ağırlıkları Yüzdesi (%)	Matematik ve Temel Bilimler	-
	Mühendislik Bilimleri	-
	Mühendislik Tasarımı	-
	Sosyal Bilimler	100

Ders Çıktıları (Kazanımlar)	1). Halkla ilişkiler konusunda bilgi birikimine sahip olur. 2). Kamu kuruluşları açısından halkla ilişkilerin önemini kavrar. 3). Kamu kuruluşlarının halkla ilişkiler birimleri hakkında bilgi edinir.
Dersin Hedefleri	
Dersin İşleniş Biçimi	

Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi				
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			
2	Bilimsel bilginin üretimi ile ilgili süreçleri yöntem ve teknikleri teşhis eder.			
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.			
4	İletişim ortam ve araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilme bilgisine sahiptir.			
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında faaliyet gösteren kurumların yapısal ve yönetsel özelliklerini tanıır.			
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.			
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.			
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.			
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.			
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.			
11	Ulusal ve uluslararası gündemde yer alan olay ve gelişmeleri izler ve yorumlar.			
12	Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranır			
13	Toplumsal sorumluluk bilinciyle yaşadığı sosyal çevre için mesleki proje ve etkinlikler planlar ve gerçekleştirir.			

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.			
15	Alanın dinamiklerine bütünleşik bir bakış açısı ile yaklaşabilir; yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirir.			
Dersin Katkısı: 0:Hiç 1:Kısmi 2:Tümüyle				

Düzenleyen Kişi(ler):

Hazırlanma Tarihi: