

|                                             |                                            |                                    |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------|
| <b>Bölüm</b><br>Halkla İlişkiler ve Tanıtım | <b>Öğretim Yılı</b><br>2020/2021           | <b>Tarih</b><br>16.04.2020         |
| <b>Ders Kodu</b><br>HİT305                  | <b>Ders Adı</b><br>Halkla İlişkiler Tarihi | <b>Dönem/Yıl</b><br>Güz / 3. Sınıf |
| <b>Ders Dili</b>                            | Türkçe                                     | <b>AKTS Kredisi</b><br>5           |
| <b>Durumu</b>                               | Zorunlu                                    |                                    |
| <b>Ön şartlar</b>                           | Yok                                        |                                    |
| <b>Dersin Adresi</b>                        |                                            |                                    |
| <b>Kredi</b>                                | <b>Teori</b>                               | <b>Uygulama</b>                    |
| 3                                           | 3                                          | -                                  |
| <b>Öğretim Üyesi</b>                        | <b>Laboratuvar</b>                         | <b>Sunum</b>                       |
| <b>Ders Yardımcısı</b>                      | -----                                      | <b>Proje/Alan Çalışması</b>        |
|                                             |                                            | -                                  |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ders İçeriği</b> | Bu ders kapsamında halkla ilişkiler uygulamalarının tarihsel gelişim süreci anlatılacaktır. Dünyada ve Türkiye’de halkla ilişkiler çalışmalarının geçmişten günümüze örnekleri aktarılacaktır. Dersin amacı halkla ilişkilerin gelişim sürecini vermek ve öğrenciye tarihsel bir bakış açısı kazandırmaktır. |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| <b>Ders Planı</b> |                                                                                           |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Hafta</b>      | <b>Konular</b>                                                                            |
| 1                 | Bilinen ilk halkla ilişkiler uygulamaları                                                 |
| 2                 | Halkla İlişkilerin doğuşu ve XX. yüzyılda öneminin artması                                |
| 3                 | Halkla ilişkilerin öneminin artmasına etki eden faktörler                                 |
| 4                 | Amerika’da halkla ilişkilerin gelişimi                                                    |
| 5                 | Barnum, Ivy Lee, Bernays’ın halkla ilişkilere katkıları                                   |
| 6                 | Avrupa’da halkla ilişkilerin gelişimi                                                     |
| 7                 | Osmanlı’da halkla ilişkiler                                                               |
| 8                 | <b>ARASINAV</b>                                                                           |
| 9                 | Türkiye’de halkla ilişkiler çalışmaları                                                   |
| 10                | Cumhuriyetin ilk yıllarında halkla ilişkiler ve Demokrat Parti Döneminde halkla ilişkiler |
| 11                | 1960-1980 yılları arası Türkiye’de Halkla İlişkiler                                       |
| 12                | 1980 sonrası halkla ilişkilerin Türkiye’deki gelişimi                                     |
| 13                | Türkiye’deki halkla ilişkiler dernekleri ve önde gelen kişiler                            |
| 14                | Değerlendirme                                                                             |
| 15                | <b>MAZERET SINAVI</b>                                                                     |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ders Kitapları /Kaynakları</b> | 1. Kazancı, Metin, Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar.<br>2. Okay, Ayla, Aydemir Okay, Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları, DER Yayınevi<br>3. Peltekoğlu, Filiz, Halkla İlişkiler Nedir? BETA Basım |
| <b>Yardımcı Kitaplar</b>          | 1. Tortop, Nuri, Halkla İlişkiler, Yargı Yayınları                                                                                                                                                                                                        |

| <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> |                                                                                                                      |
| <b>Dersin Hedefleri</b>            | 1. Halkla ilişkiler öğrencilerine bu mesleğin geçmişini öğretmek ve kendi alanlarını daha iyi tanımalarını sağlamak. |
| <b>Dersin İşleniş Biçimi</b>       | Sunuş şeklinde                                                                                                       |

| <b>Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |   |   |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|
| Program çıktıları                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 0 | 1 | 2 |
| <b>1</b>                                          | 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 |
| <b>2</b>                                          | Bilimsel bilginin üretimi ile ilgili süreçleri yöntem ve teknikleri teşhis eder.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   | X |   |
| <b>3</b>                                          | 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 |   |
| <b>4</b>                                          | İletişim ortam ve araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilme bilgisine sahiptir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   | X |   |
| <b>5</b>                                          | Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında faaliyet gösteren kurumların yapısal ve yönetsel özelliklerini tanıır.                                                                                                                                                                                      |   |   | X |
| <b>6</b>                                          | 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 |   |
| <b>7</b>                                          | 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 |   |
| <b>8</b>                                          | 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 |   |
| <b>9</b>                                          | 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 |   |
| <b>10</b>                                         | 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 |   |
| <b>11</b>                                         | Ulusal ve uluslararası gündemde yer alan olay ve gelişmeleri izler ve yorumlar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |   | X |
| <b>12</b>                                         | Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranır                                                                                                                                                                                                                                              |   |   | X |
| <b>13</b>                                         | Toplumsal Sorumluluk bilinciyle yaşadığı sosyal çevre için mesleki proje ve etkinlikler planlar ve gerçekleştirir.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   | X |   |
| <b>14</b>                                         | Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   |   | X |

|                                                |                                                                                                                                             |  |   |  |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---|--|
|                                                | 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. |  | X |  |
| <b>Dersin Katkısı:</b> 0:Hiç 1:Kısmi 2:Tümüyle |                                                                                                                                             |  |   |  |

**Düzenleyen Kişi(ler):**

**Hazırlanma Tarihi:**