

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım			Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 20.04.2020	
Ders Kodu HİT311	Ders Adı Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi		Dönem/Yıl Güz / 3. 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	Bu ders; Vizyon, misyon ve strateji kavramları,Stratejik yönetim süreci, Durum analizi aşaması, Stratejilerin belirlenmesi ve geliştirilmesi aşaması, Halkla ilişkilerde stratejik analiz, Örgüt, finansal yapı, insan kaynakları ve pazarlama faktörlerinin analiz, Ekonomik, teknolojik, politik, sosyo-kültürel çevreler ve rekabet analizi, Doğal çevre faktörlerinin analizi ,SWOT, PESTCOM VE PEST analizleri, Halkla ilişkilerde kampanya stratejisi, İletişim stratejisi ,Halkla ilişkilerin uygulama alanları, Risk yönetimi, olay yönetimi, Halkla ilişkiler sonuçlarını ölçümlemede kullanılan teknikler; konularını içermektedir.
---------------------	---

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Vizyon, misyon ve strateji kavramları
2	Stratejik yönetim süreci
3	Durum analizi aşaması
4	Stratejilerin belirlenmesi ve geliştirilmesi aşaması
5	Halkla ilişkilerde stratejik analiz
6	Örgüt, finansal yapı, insan kaynakları ve pazarlama faktörlerinin analizi
7	Ekonomik, teknolojik, politik, sosyo-kültürel çevreler ve rekabet analizi
8	ARASINAV
9	Doğal çevre faktörlerinin analizi. SWOT,PESTCOM VE PEST analizleri
10	Halkla ilişkilerde kampanya stratejisi
11	İletişim stratejisi
12	Halkla ilişkilerin uygulama alanları
13	Risk yönetimi, olay yönetimi
14	Halkla ilişkiler sonuçlarını ölçümlemede kullanılan teknikler
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1-Ahmet Bülent Göksel, Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi, Nobel yayıncılık, Eylül, 2010 2-Salim Kadıbeşgil, Şimdi Stratejik İletişim Zamanı, Mediacat, Şubat, 2009 3-Ayla Okay/Aydemir Okay, Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları, Der Yayınları, İstanbul, 2011
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 Karmaşık iletişim problemlerini saptar. 2 Stratejik yönetim süreçlerini analiz eder. 3 Bir vakayı analiz eder. 4 Araştırmalara ve kanıtlara dayalı çözüm önerileri geliştirir.
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 gerçekleřtirir.			
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 Kiři(ler):
Hazırlanma Tarihi: