

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 20.04.2020
Ders Kodu HİT322	Ders Adı Halkla İlişkiler Uygulamaları-II	Dönem/Yıl Bahar / 3. Sınıf
Ders Dili	Türkçe	AKTS Kredisi 5
Durumu	Zorunlu	
Ön şartlar	Yok	
Dersin Adresi		
Kredi	Teori	Uygulama
3	2	1
Öğretim Üyesi	Laboratuvar	Sunum
Ders Yardımcısı	-----	Proje/Alan Çalışması
	-	-

Ders İçeriği	Türkiye’de Halkla İlişkiler Uygulamaları I’nın devamı niteliğindeki bu derste temel amaç bir takım örnek olay çalışmaları üzerinde durarak halkla ilişkiler uygulamalarının ne şekilde hayata geçtiğine ilişkin bir çerçeve oluşturmaktır. Bu ders, birinci dönemde kamu ve özel sektör kuruluşlarının, halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin oluşturulan genel perspektif üzerinde yükselir. Bu çerçevede öğrenciler sunulacak örnek olaylar ışığında halkla ilişkiler uygulamalarını tartışırlar.
---------------------	---

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi, Kriz Yönetimi Stratejileri ve Modelleri
2	Örnek Kriz Yönetimi Kampanyaları, Uygulama Ödevlerinin Sunumu
3	Basınla İlişkiler, Basın Bülteni, Basın Bildirisi, Makaleler
4	Uygulama Ödevlerinin Sunumu
5	Halkla İlişkilerde Kurum İçi İletişim Uygulamaları (Sergi ve Gösteriler, Dilek Kutuları, Duyuru Panoları)
6	Halkla İlişkilerde Kuruluş Yayınları, Bülten, Gazete, Dergi, Broşür vb. gibi
7	Uygulama Ödevi (Bir kurumun broşürünün hazırlanması)
8	ARASINAV
9	Kampanya süreci ve uygulama örnekleri
10	Kampanya süreci ve uygulama örnekleri
11	Kampanya süreci ve uygulama örnekleri
12	Kampanya süreci ve uygulama örnekleri
13	Kampanya süreci ve uygulama örnekleri
14	Genel Değerlendirme
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, Aydemir Okay / Ayla Okay
Yardımcı Kitaplar	1. Halkla İlişkiler, Ahmet Kalender, Mehmet Fidan

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)	Bu derste, öğrencilerin halkla ilişkiler alanında temel kavramsal, teorik ve pratik dersleri özetleyerek gelecek yaşamlarına zemin hazırlamaktır.
Dersin Hedefleri	1. Dersin amacı, öğrencilere halkla ilişkiler kavram, kuram ve ilkelerini tanıtmaktır.
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			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			X

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

Düzenleyen Kişi(ler):

Hazırlanma Tarihi: