

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım			Öğretim Yıl 2020/2021	Tarih 16.04.2020	
Ders Kodu HİT318	Ders Adı Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi		Dönem/Yıl Bahar / 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	Bir krizin ne olduğu ve nasıl ortaya çıktığı hakkında temel kavramları ve araçları vermek, bir sistem olarak işletmeyi ele alıp kriz anında nasıl bir eylem planının oluşturulabileceğini fonksiyonlarıyla birlikte incelemek.
---------------------	--

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Kriz ile ilgili temel kavramlar
2	Krizin özellikleri
3	Krizin kaynakları
4	Kriz süreci ve sonuçları
5	Kriz döneminin yönetimi ve aşamaları
6	Kriz sonrasında yönetimi
7	Kriz ortamında stres yönetimi
8	ARASINAV
9	Kriz denetimi
10	Sosyal krizlere karşı önlemler
11	Ekonomik krizlere karşı önlemler
12	Krizde halkla ilişkiler yönetimi
13	Krizde halkla ilişkiler yönetimi
14	Genel değerlendirme
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	
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. Kriz yönetiminin temel kavramlarını ve krizin nednelerinin neler olabileceğini bilir 2. Krizin oluşum ve gelişim süreçlerini bilir 3. Krize karşı proaktif bir yaklaşım gösterebilir 4. Krize karşı alınacak önlemleri bilir ve çözüm geliştirebilir 5. Kriz yönetimine uygun eylem planları yapabilir
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: