

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım			Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 20.04.2020	
Ders Kodu HİT308	Ders Adı Politik Halkla İlişkiler		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	Politikada halkla ilişkiler hakkında betimleyici düzeyde bilgi birikimini sağlamaktır. Politik iletişime sistem analizi yaklaşımı çerçevesinde politik iletişim sisteminin konusu, kapsamı, rolleri, etkileri ve özellikleri politik iletişimde medya politik iletişim sürecinde halkla ilişkilerin işlevleri politik halkla ilişkiler kapsamında medya yönetimi, imaj yönetimi, politik pazarlama, örgüt içi halkla ilişkiler ve enformasyon yönetimi politik halkla ilişkiler kapsamında medyayla ilişkiler ile politik kampanyalarda danışmanlık ve kampanya teknikleri hakkında bilgi vermek.
---------------------	---

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Tanışma ve politikada halkla ilişkiler üzerine konuşma
2	Seçmen tercihini etkileyen propaganda ve iletişim faktörleri
3	Politika ve iletişim sistemleri
4	Politik iletişimde medyanın etkileme gücü
5	Halkla ilişkilerin politik iletişim sürecindeki işlevleri
6	Politik halkla ilişkiler
7	Politik halkla ilişkiler danışmanları ve medya ilişkileri
8	ARASINAV
9	Politik halkla ilişkiler danışmanları ile medya mensuplarının kişisel ilişkileri ve rol algıları
10	Kampanya danışmanlığı süreci ve teknikleri
11	Medya danışmanlığı süreci
12	Radyo danışmanlığı
13	Politik konuşmalar
14	Politik konuşmalar ve diğer yöntemler
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Oktay, Mahmut (2002). Politikada Halkla İlişkiler, Derin Yayınları, İstanbul,
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. Politik halkla ilişkilerle ilgili teorik bilgi birikimine sahip olur. 2. Türkiye'deki halkla ilişkiler ve iletişim sektörünü tanıır. 3. İçinde yaşadığı toplumun temel dinamiklerini tanıır ve analiz eder. 4. Hedef kitleyle iletişim kurmanın süreç ve tekniklerini bilir.
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: