

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 17.04.2020
Ders Kodu HİT413	Ders Adı Çevre Sağlık ve İletişim	Dönem/Yıl Güz / 4. Sınıf
Ders Dili	Türkçe	AKTS Kredisi 5
Durumu	Seçmeli	
Ön şartlar	Yok	
Dersin Adresi		
Kredi	Teori	Uygulama
2	2	-
Öğretim Üyesi	Laboratuvar	Sunum
Ders Yardımcısı	-	Proje/Alan Çalışması
		-

Ders İçeriği	Öğrencilerin, çevre sorunu ile ilgili olaylara bakışını geliştirmek, konuyla ilgili haberciliğin güncel uygulamalarıyla olması gereken biçim ve içerikleri konusundaki farkları ortaya koyarak haber aktarım yeteneklerini geliştirmek. Bu derste çevre sorunları anlatılacak, bu sorunların sınıflaması yapılarak haberleştirme sorunlarını irdelenecektir. Çevre haberlerinin sunum teknikleri ve biçimleri üzerinde durulacaktır. Günümüzdeki Türk basının çevre sorunlarına karşı duruşları ele alınarak neden ve sonuçları tartışılacaktır.
---------------------	--

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Çevre ve çevrenin öğeleri
2	Çevrenin ilkeleri ve çevre sorunları
3	İletişim ve iletişim süreci
4	Çevre iletişimi ve çevre iletişiminin prensipleri
5	Çevre iletişiminin öğeleri
6	Çevresel söylem, medya ve çevre gazeteciliği
7	Çevre ile ilgili destek kampanyaları, risk iletişimi
8	ARASINAV
9	Sağlık kavramı ve Sağlık Hizmetleri
10	Sağlık Hizmetlerinde İletişim ve Önemi
11	Sağlık Haberciliği ve Medyada Savunuculuk
12	Sağlık ile ilgili halkla ilişkiler kampanyaları
13	Halkla ilişkilerde sosyal sorumluluk ilkesi
14	Genel değerlendirme
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Okay, Ayla, Sağlık İletişimi, MediaCat. 2. Çınarlı, İnci, Sağlık İletişimi ve Medya 3. Frome, Michael. Green Ink: An Introduction to Environmental Journalism.
Yardımcı Kitaplar	1.Yakut, İnci. (2008). İletişim Bilimi Perspektifinden Risk İletişimi Stratejileri. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

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)	
Dersin Hedefleri	1. İnsan hayatı için önem taşıyan çevre ve sağlık ile ilgili konularda iletişimden nasıl yararlanılacağı, medyanın bu alanlarda nasıl kullanıldığı ve nasıl kullanılması gerektiği, bu konularla ilgili halkla ilişkiler ve reklamcılık uygulamalarının nasıl olabileceği konusunda öğrencileri bilgilendirmek ve duyarlı hale getirebilmek.
Dersin İşleniş Biçimi	Sunuş şeklinde

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			X

	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.			X
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 Kiři(ler):

Hazırlanma Tarihi: