

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım			Öğretim Yıl 2020/2021	Tarih 18.04.2020	
Ders Kodu HİT405	Ders Adı Dijital Halkla İlişkiler		Dönem/Yıl Güz / 4. Sınıf	AKTS Kredisi 5	
Ders Dili	Türkçe				
Durumu	Zorunlu				
Ön şartlar	Yok				
Dersin Adresi					
Kredi	Teori	Uygulama	Laboratuvar	Sunum	Proje/Alan Çalışması
3	3	-	-	-	-
Öğretim Üyesi					
Ders Yardımcısı	-----				

Ders İçeriği	İnternet ve sanal ortamdaki teknolojik gelişmeler incelenir. İnternet ve sanal ortamda uygulanan halkla ilişkiler çalışmaları incelenir. İnternet ve sanal ortamda sosyal paydaşlarla olan ilişkilerin yürütme biçimleri aktarılır. Sanal ortamda itibarın sağlanması ve kriz iletişimi anlatılır.
---------------------	--

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Dijital Dönüşüm ve Halkla İlişkiler
2	veri
3	Dijital PR Ekosistemi
4	Medya İlişkileri
5	Sosyal Medya
6	Sosyal Medya
7	Dijital İçerik ve Yaratıcılık
8	ARASINAV
9	Etkileyiciler
10	Dijital Pazarlama
11	Paid (Paralı) Medya
12	Kurumsal Dijital PR
13	Kurumsal Sosyal Ağlar
14	Ölçümleme ve Raporlama
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1) İdil Sayımer, Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları (2009) 2) Aybike Pelenk Özel& Nuray Yılmaz Sert, Dijital Halkla İlişkiler. İstanbul: Derin Yayınları (2015) 3) Murat Koçyiğit, Dijital Halkla İlişkiler ve Online Kurumsal İtibar Yönetimi. Konya: Eğitim Yayınevi (2017)
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. Teknolojik gelişmelerle beraber kurumsal iletişim faaliyetlerindeki değişim ve gelişimleri öğrenirler. 2.İnternetin gelişimi ve teknolojik gelişmelerle değişen halkla ilişkiler uygulama alanlarını öğrenirler. 3. Dijital halkla ilişkiler yönetiminde imaj ve itibarın sağlanması, olası krizlerden kaçınılması için gerekli olan iletişim yönetimi sürecini öğrenirler. 4. Bir kurumun dijital platformlarda başarılı bir şekilde faaliyet göstermesini sağlayacak gerekli olan tüm bilgi birikimine sahip olurlar.
Dersin Hedefleri	Bu ders bağlamında öğrenciler, yeni iletişim teknolojileriyle dijital ortamda aktarılan paydaşlar ve hedef kitle ilişkilerde gerekli olan yöntem ve stratejilere sahip olurlar.
Dersin İşleniş Biçimi	Yüz-Yüze Eğitim

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 bütünlük 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: