

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 15.04.2020
Ders Kodu HİT401	Ders Adı Halkla İlişkilerde Kuramsal Yaklaşımlar	Dönem/Yıl Güz /4. Sınıf
Ders Dili	Türkçe	AKTS Kredisi 5
Durumu	Zorunlu	
Ön şartlar	Yok	
Dersin Adresi		
Kredi	Teori	Uygulama
3	3	-
Öğretim Üyesi		
Ders Yardımcısı	-----	

Ders İçeriği	Ana akım iletişim çalışmalarından beslenen halkla ilişkiler anlayışıyla eleştirel gelenekten beslenen halkla ilişkiler anlayışını karşılaştırmalı olarak analiz eder.
---------------------	---

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Halkla ilişkiler disiplininin tanımlanması / Halkla ilişkilerde monolojik ve diyalogik yaklaşımlar
2	Halkla İlişkiler Modellerine Dayanıklık Eden Kuramlar
3	İlişki Teorileri: Sistem teorisi, durumsal teori, fikir ayrılığı-çatışma çözümü yaklaşımı
4	Davranış ve Biliş Teorileri: Eylem toplanma teorisi, sosyal değişim teorisi, yayılma teorisi, sosyal öğrenme teorisi, ayrıntılı hazırlanmış olasılık modeli
5	Halkla İlişkiler Teorileri: Ronnenberger ve Rühl'ün Teorisi, konstruktivist yaklaşımlar, anlaşıma oryantasyonlu yaklaşımlar
6	Mükemmel Halkla İlişkiler Teorisi, Mükemmel Halkla İlişkiler Araştırması ve Mükemmel Halkla İlişkilerin Unsurları
7	Halkla İlişkilere Kitle İletişim Kuramları Açısından Bir Bakış: İki aşamalı akış kuramı, gündem belirleme kuramı, sessizlik sarmalı, çerçeveleme
8	ARASINAV
9	Marksist yaklaşımlar ve medya analiz
10	Frankfurt Okulu : Kültür Endüstrisi
11	Kamuoyu ve Hegemonya Kavramı
12	Rıza üretimi ve Herman/Chomsky 'nin Medya Propaganda Modeli
13	Halkla ilişkiler ve Sosyal Teori (Habermas, Bourdieu, Berger, Giddens...)
14	Genel Değerlendirme
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Grunig, James E. ve John White (2005) Halkla İlişkiler Kuram ve Uygulamasında Dünya Görüşlerinin Etkisi (der) James E. Grunig, Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik,
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	Matematik ve Temel Bilimler	-
---------------------------	-----------------------------	---

Yüzdesi (%)	Mühendislik Bilimleri	-
	Mühendislik Tasarımı	-
	Sosyal Bilimler	100

Ders Çıktıları (Kazanımlar)	1). Ana akım iletişim çalışmalarından beslenen halkla ilişkiler anlayışıyla eleştirel gelenekten beslenen halkla ilişkiler anlayışını karşılaştırmalı olarak analiz eder. 2). Ana akım halkla ilişkiler yaklaşımını tanımlar. 3). Eleştirel halkla ilişkiler yaklaşımını tanımlar. 4). Ana akım halkla ilişkiler ve eleştirel halkla ilişkiler yaklaşımlarını yorumlar. 5). Propaganda, rıza üretimi ve halkla ilişkiler ilişkisini eşleştirir.
Dersin Hedefleri	
Dersin İşleniş Biçimi	

Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi				
Program çıktıları		0	1	2
1	Sosyal bilimler alanında ortaöğrenimde 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 tanımlar.			
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: