

**İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)****2020 - 2021 Eğitim Öğretim Yılı****HALKLA İLİŞKİLERE GİRİŞ****Ders Tasarımı (Syllabus)**

<b>Dersin Tanımı</b>					
<b>Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyıl</b>	<b>T+U Saat</b>	<b>Kredi</b>	<b>AKTS</b>
HALKLA İLİŞKİLERE GİRİŞ	PR1138280	Güz Dönemi	3+0	3	6
<b>Ön Koşul Dersleri</b>					
<b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	İngilizce				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans				
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu				
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Dr.Öğr.Üye. Yeşim ESGİN				
<b>Dersi Verenler</b>	Dr.Öğr.Üye. Yeşim ESGİN				
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı öğrencilere halkla ilişkiler alanına dair ilkeleri ve uygulamaları öğretmektir. Öğrenciler, halkla ilişkilerin doğasını ve uygulamalarını, Halkla ilişkiler uzmanlarının faaliyetlerini, örgütsel davranış etkileyen temel unsurları ve halkla ilişkiler etiğini inceleyecektir.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders; Halkla İlişkiler Giriş,Halkla İlişkiler ve MPR,Paydaş Teorisi / İç ve Dış Paydaşlar,Kurumsal Kimlik ve İmaj,Halkla İlişkiler Kampanya Yönetimi ve Ajans Fonksiyonları,Halkla İlişkiler Kampanyası Planlama,Dijital PR & Vaka Analizleri,Halkla İlişkilerde Hikaye Anlatıcılığı,İtibar Yönetimi ,Kurumsal Sosyal Sorumluluk,Sponsorluk ve Etkinlik Yönetimi, Kriz Yönetimi, Halkla İlişkiler ve İkna ,Ders Özeti ; konularını içermektedir.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>	<b>Öğretim Yöntemleri</b>	<b>Ölçme Yöntemleri</b>			
1.Öğrenciler Halkla ilişkiler kavramını öğrenecektir.	1, 12, 2	A			
2.Öğrenciler, Halkla ilişkiler araçlarını tanırlar.	1, 12, 2	A			
3.Öğrenciler planlama sürecini açıklayabilecektir.	1, 12, 2	A			
1.1 Halkla ilişkiler unsurlarını sıralarlar.	1, 12, 2	A			
1.2 Temel halkla ilişkiler ilkelerini kavrarlar.	1, 12, 2	A			
1.3 Halkla ilişkiler uygulamalarına hakim olurlar.	1, 12, 2	A			
1.4 İletişim uygulamaları, iletişim teorisi ve halkla ilişkiler arasında bağ kurabileceklerdir.	1, 12, 2	A			
2.1 Halkla ilişkiler araçlarını kullanırlar.	1, 12, 2	A			
3.1 Örgütsel amaçlara ulaşmak için iletişim stratejilerini kullanmayı ve değerlendirmeyi kavrarlar.	1, 12, 2	A			
3.2 Örgütsel hedeflere ulaşmak ve gerçek zamanlı problemleri çözmek amacıyla halkla ilişkiler stratejilerini tasarlarlar.	1, 12, 2	A			
<b>Öğretim Yöntemleri</b>	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 2: Soru - Cevap				
<b>Ölçme Yöntemleri</b>	A: Yazılı sınav				
<b>Ders Akışı</b>					
<b>Sıra</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>			
1	Halkla İlişkiler Giriş				
2	Halkla İlişkiler ve MPR				
3	Paydaş Teorisi / İç ve Dış Paydaşlar				
4	Kurumsal Kimlik ve İmaj				
5	Halkla İlişkiler Kampanya Yönetimi ve Ajans Fonksiyonları				
6	Halkla İlişkiler Kampanyası Planlama				
7	Dijital PR & Vaka Analizleri				
8	Halkla İlişkilerde Hikaye Anlatıcılığı				
9	İtibar Yönetimi				
10	Kurumsal Sosyal Sorumluluk				
11	Sponsorluk ve Etkinlik Yönetimi				
12	Kriz Yönetimi				
13	Halkla İlişkiler ve İkna				
14	Ders Özeti				
<b>Kaynaklar</b>					
1.THE PRACTICE OF PUBLIC RELATIONS, 13TH ED. SEITEL, F. PEARSON PUBLISHING. 2016. 2.PUBLIC RELATIONS PRACTICES. 8TH ED. CENTER, A., JACKSON, P., SMITH,S., STANBERRY, F. PEARSON PUBLISHING. 2014.Ders Notları					