

**İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)****2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı****HALKLA İLİŞKİLERE GİRİŞ****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	PR.1138280	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>	Prof.Dr. Ayşen AKYÜZ				
<b>Dersi Verenler</b>	Dr.Öğr.Üye. Gabriela Oana OLARU				
<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 davranışı 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,Sosyal CRM,İtibar Yönetimi ,Kurumsal Sosyal Sorumluluk,Sponsorluk ve Etkinlik Yönetimi, Kriz Yönetimi, Halkla İlişkiler ve İkna ,Ders Özeti ; konularını içermektedir.				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	<b>Öğretim Yöntemleri</b>	<b>Ölçme Yöntemleri</b>			
Halkla ilişkiler kavramını kavrar	13, 16, 9	A			
Halkla ilişkiler unsurlarını sıralar.	13, 16, 9	A			
Temel halkla ilişkiler ilkelerini kavrar.	13, 16, 9	A			
Halkla ilişkiler uygulamalarına hakim olur.	13, 16, 9	A			
Halkla ilişkiler araçlarını tanıır.	13, 16, 9	A			
Halkla ilişkiler araçlarını kullanır	13, 16, 9	A			
Örgütsel amaçlara ulaşmak için iletişim stratejilerini kullanmayı ve değerlendirmeyi kavrar.	13, 16, 9	A			
Örgütsel hedeflere ulaşmak ve gerçek zamanlı problemleri çözmek amacıyla halkla ilişkiler stratejilerini tasarlar.	13, 16, 9	A			
<b>Öğretim Yöntemleri</b>	13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 9: Anlatım Yöntemi				
<b>Ölçme Yöntemleri</b>	A: Klasik Yazılı Sınav				
<b>Ders Akışı</b>					
<b>Sıra</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>			
1	Halkla İlişkiler Giriş	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
2	Halkla İlişkiler ve MPR	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
3	Paydaş Teorisi / İç ve Dış Paydaşlar	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
4	Kurumsal Kimlik ve İmaj	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
5	Halkla İlişkiler Kampanya Yönetimi ve Ajans Fonksiyonları	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
6	Halkla İlişkiler Kampanyası Planlama	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
7	Dijital PR & Vaka Analizleri	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
8	Sosyal CRM	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
9	İtibar Yönetimi	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
10	Kurumsal Sosyal Sorumluluk	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
11	Sponsorluk ve Etkinlik Yönetimi	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
12	Kriz Yönetimi	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
13	Halkla İlişkiler ve İkna	İlgili bölüm ve ders notlarının okunması			
14	Ders Özeti	Ders notlarının okunması			
<b>Değerlendirme Yöntemleri</b>		<b>Sınava Katkısı</b>			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

<b>Kaynaklar</b>
Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, BETA.Ders Notları