



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Halkla İlişkiler I							
Ders Kodu		HAT103		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	100 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Halkla ilişkilerle ilgili temel kavramları açıklamak ve alanın genel tanıtımını yapmak. Halkla ilişkiler ile propaganda, reklam ve pazarlama kavramları arasındaki farkları anlatmak. Halkla ilişkilerin dünyada ve Türkiye'deki tarihi gelişimi, ilişki modelleri, halkla ilişkiler personelinin nitelikleri hakkında bilgi vermek.							
Özet İçeriği		Halkla İlişkiler Kavramı, Halkla İlişkilerin Uygulama Alanları, Halkla İlişkilerin Diğer Bilimlerle İlişkisi (İletişim), Pazarlama - Reklam - Propaganda, Kamuoyu - Lobicilik - Davranış Bilimleri, Halkla İlişkilerin Temel İlkeleri, Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Yöntemleri, Halkla İlişkilerin Örgütlenmesi, Halkla İlişkiler Yönetimi, Kurum İmajı ve Kurum Kimliği, Halkla İlişkiler Biriminin Organizasyon İçindeki Yeri, Kurum-İçi ve Kurum-dışı Halkla İlişkiler.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Halkla İlişkiler Kampanyaları, Aydede, C., İstanbul, 2001.
2	Teoride ve Pratikte Halkla İlişkiler, Erdoğan, İ., Ankara, 2005.
3	Halkla İlişkiler Nedir?, Peltekoğlu Balta F., İstanbul, 2006.
4	Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler, Alaeddin, A., İstanbul, 2012.
5	"Karşılaştırmalı Bir Yaklaşımla Kamu Yönetimi ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler", Metin, H; Altunok, M., Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (3) 2002/1:79-99.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
2	Teorik	Halkla İlişkiler Kavramı
3	Teorik	Halkla İlişkilerin Uygulama Alanları
4	Teorik	Halkla İlişkilerin Gelişimi ve Halkla İlişkiler Modelleri
5	Teorik	Halkla İlişkilere Yakın Kavramlar: Pazarlama - Reklam - Propaganda - Lobicilik - Duyuru
6	Teorik	Halkla İlişkilerin Temel İlkeleri
7	Teorik	Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Yöntemleri
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Sosyal Sorumluluk, Sosyal Girişimcilik
10	Teorik	Halkla İlişkiler Yönetimi ve İletişim, Halkla İlişkilerin Örgütlenme Yapısı
11	Teorik	Kurum İmajı ve Kurum Kimliğı
12	Teorik	Kurum İçi Halkla İlişkiler - Kurum Dışı Halkla İlişkiler
13	Teorik	Örnek Olay İncelemeleri
14	Teorik	Örnek Olay İncelemeleri
15	Teorik	Örnek Olay İncelemeleri
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl Sonu Sınavı
17	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl Sonu Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	1	3	56



Ödev	2	7	3	20
Ara Sınav	1	10	1	11
Dönem Sonu Sınavı	1	12	1	13
Toplam İş Yüğü (Saat)				100
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Halkla ilişkilerin temel görevleri hakkında bilgi ve beceriye sahip olabilme.
2	Halkla ilişkiler biriminin organizasyon içindeki yerini kavrayabilme.
3	Halkla ilişkiler, pazarlama, reklam, propaganda, lobicilik, satış geliştirme gibi alanların birbirinden farklı olduğunu analiz edebilme.
4	Halkla ilişkilerin uygulama alanları konusunda bilgiye sahip olma.
5	Halkla ilişkilerin temel ilkeleri konusunda yetkinlik kazanabilme.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı)

1	Genel olarak İletişim, özel olarak Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına ilişkin formasyona sahip olup, alanın tarihsel gelişim ve değişim süreçlerini öğrenerek kuramsal ve uygulamalı yetkinlik gösterebilir.
2	İletişimin disiplinlerarası zenginliğine dayanarak ilgili alanlara ilişkin genel ve güncel sorunları tespit etmek ve çözüm için yöntem belirleyebilir.
3	Disiplinlerarası bilgi birikimini İletişim ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına taşıyabilir ve bu çerçevede sorunları alanda çözümleyebilir.
4	Alanıyla ilgili etik ve hukuk kurallarını bilir, özümser ve uygulayabilir.
5	Alanda geçerli bir yabancı dili kullanarak alan bilgisini derinleştirme ve gerekli diğer uluslararası paydaşlarla iletişim kurabilir.
6	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilir.
7	Bir örgütsel yapı için Halkla İlişkiler, reklâm ve pazarlama programı kampanyaları ve süreçlerine hâkim olabilir ve hazırlayabilir.
8	Araştırma yöntemlerine hâkim olarak iletişim alanında haber, reklâm, vb. metinleri çözümleyebilir ve yaratıcı ve eleştirel metinler üretebilir.
9	Mesleğini icra ederken özümsemiş olduğu etik ve hukuk kurallarını uygulayabilir.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	5	5	5	5	5
PÇ2	3	5	4	3	3
PÇ3	5	5	5	4	4
PÇ4	1	1	1	1	1
PÇ5	1	1	1	1	1
PÇ6	2	2	2	3	3
PÇ7	5	4	5	5	5
PÇ8	5	4	5	5	5
PÇ9	3	3	3	3	2

