



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Algı Yönetimi							
Ders Kodu		HAT215		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	2	İş Yüğü	50 (Saat)	Teori	2	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Öğrencilerin halkla ilişkilerin önemli uzmanlık alanlarından biri olan algı yönetimi strateji ve uygulamalarına yönelik genel bir kavrayış elde etmelerini sağlamak.							
Özet İçeriğı		İletişim: Bağlamsal Çerçeve, Simetrik ve Asimetrik İletişim, Algı ve Türleri, Algılama Yönetimi, Örgütsel Algılama Yönetimi Bileşenleri: İmaj, İtibar, Etik, Güven, Finansal Performans, Örgütsel Tasarım, Örgütsel Vizyon, Örgütsel Liderlik, Örgütsel Davranış, Algılama Yönetimi Bileşenleri Arasında İlişki							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay, Bireysel Çalışma, Problem Çözme							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Dr. Öğr. Üyesi Nurdanur TAVLAN SOYDAN						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Tutar, Hasan (2008); Simetrik ve Asimetrik İletişim Bağlamında Örgütsel Algılama Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
2	Karabulut, Bilal (2014). Algı Yönetimi, Alfa Yayıncılık.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	İletişim: Bağlamsal Çerçeve, Simetrik ve Asimetrik İletişim, Algı Kavramı Ve Algı Türleri
2	Teorik	Algı Yönetimi Kavramı, Zihin Kontrolü, Bilinçaltı İletiler Ve Algının Derinlikleri
3	Teorik	Algı Yönetiminin Temel İlkeleri, Algılama Kuramları
4	Teorik	Kurumsal İletişim Ve Algı Yönetimi
5	Teorik	Örgütsel Algılama Yönetimi Bileşenleri: İmaj, İtibar, Etik, Güven, Finansal Performans, Örgütsel Tasarım, Örgütsel Vizyon, Örgütsel Liderlik, Örgütsel Davranış
6	Teorik	İmaj Yönetimi Ve Algı Yönetimi
7	Teorik	Propaganda, Kamu Diplomasisi Ve Yumuşak Ve Sert Güç
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Algı Yönetiminde Farklı Boyutlar Ve Siyasal İletişim: Toplum Mühendisliği Ve Siyaset Yönetimi
10	Teorik	Algı Yönetiminde Lobiciliğin Ortaya Çıkışı: Lobicilik Ve Algı Yönetimi İlişkisi Örnek Olayları
11	Teorik	Çağdaş Halkla İlişkiler Anlayışı Ekseninde Algı Yönetimi
12	Teorik	Kampanya Yönetimi Ve Algı Yönetimi
13	Teorik	Reklam Kampanyaları Ve Algı Yönetimi
14	Teorik	Algı Yönetiminde Endüstriyel Medya Ve Sosyal Medya
15	Teorik	Algı Yönetiminde Yeni Eğilimler ve Gelişmeler
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	2	42
Ara Sınav	1	2	1	3



Dönem Sonu Sınavı	1	4	1	5
Toplam İş Yüğü (Saat)				50
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				2
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Algı yönetiminin anlamını ve işlevini kavrayabilme.
2	Algı yönetiminin çağdaş halkla ilişkiler anlayışında sahip olduğu önemi kavrama.
3	Algı yönetimine yönelik kurumsal analizler yapabilme.
4	Kurumsal kimlik, kurumsal imaj ve itibar, güven, kurumsal çekicilik ile kriz algısının kapsamına ilişkin detaylı bilgiler edinme.
5	Stratejik algı yönetiminin nasıl uygulamaya aktarılacağını öğrenme.

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 kurumsal 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	2	3	3	4	3
PÇ2	3	3	3	4	3
PÇ3	3	3	4	4	3
PÇ4	3	3	4	4	3
PÇ5	4	2	3	4	3
PÇ6	3	3	3	4	3
PÇ7	3	3	3	3	3
PÇ8	3	2	4	3	3
PÇ9	3	3	4	3	3

