AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Halkla İlişkiler								
Ders Kodu	İŞY256			Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	2	İş Yükü	53 *(Saat)*	Teori	2	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Halkla İlişkiler alanının temel kavramlarını kavratmak ve iş yaşamı ile günlük hayatta karşılaşılan olaylara iletişim disiplininin sunduğu pencereden bakma alışkanlığı edindirmek, daha bilinçli, planlı ve etkin bir iletişim davranışı için farkındalık kazandırmak.								
Özet İçeriği	Pazarlama, reklam, propaganda, iletişim, kamuoyu kavramları, halkla ilişkiler süreci, halkla ilişkiler araçları, kriz yönetimi, kurumsal sosyal sorumluluk, sponsorluk, lobicilik, kurum kimliği kavramları.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)	Öğr. Gör. Çetin SAVAŞGAN, Öğr. Gör. Nuray YÜZBAŞIOĞLU								

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	Fatma Geçikli, Halkla İlişkiler ve İletişim, İstanbul, Beta Yayınları, 5.Baskı, 2019
2	Ders notları

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Halkla ilişkilerin Tanımı, Tarihsel Gelişimi, Örgütlerdeki Yeri ve İşlevi, Halkla İlişkiler İlkeleri
2	Teorik	Halkla İlişkilere Benzeyen Uygulamalar: Reklam, Propaganda, Pazarlamanın Halkla İlişkiler ile Mukayesesi
3	Teorik	İletişim Kavramı ve Unsurları, Halkla İlişkiler ve İletişim Bağlantısı
4	Teorik	Halkla İlişkilerde Hedef Kitleler, Hedef Kitlenin Tespitinin Önemi
5	Teorik	Halkla İlişkiler Kampanya Süreci: Araştırma-Planlama-Uygulama-Kontrol
6	Teorik	Halkla İlişkilerde Kullanılan Yöntem ve Araçlar
7	Teorik	Halkla İlişkilerde Kullanılan Yöntem ve Araçlar
8	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulama Alanları: Kurumsal Sosyal Sorumluluk
9	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulama Alanları: Sorun Yönetimi, Lobicilik
10	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulama Alanları: Sponsorluk, Etik
11	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulama Alanları: Kurumsal Kimlik ve Kurumsal İtibar Yönetimi
12	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulama Alanları: Kriz Yönetimi, İnternet ve Sosyal Medya
13	Teorik	Halkla İlişkiler Kampanya Örnekleri
14	Teorik	Halkla İlişkiler Kampanya Örnekleri
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu (Final) Sınavı
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu (Final) Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	0	2	28
Ara Sınav	1	10	0	10
Dönem Sonu Sınavı	1	15	0	15
			Toplam İş Yükü (Saat)	53
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	2
**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*				

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	Bir organizasyon için halkla ilişkilerin işlevini kavramak
2	Farklı iletişim yöntemleri ile halkla ilişkileri karşılaştırabilmek
3	Bir halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilmek
4	Halkla İlişkilerin tarihçesi
5	Dünya'da ve Türkiye'de halkla ilişkiler

Program Çıktıları *(Lojistik Programı)*	
1	Üretim ve tüketimde ihtiyaç duyulan malların hareketliliğine yönelik esasları bilmek
2	Depo ve stok yönetimine ilişkin kararlar verebilmek
3	Taşıma türlerine ve taşımada kullanılacak ekipmanlara dair karar alabilmek
4	Lojistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi sürecinde bilişim sistemlerinden yararlanabilmek
5	Lojistik alanını düzenleyen ulusal ve uluslararası mevzuata hakim olmak
6	İşletmecilik, yönetim ve pazarlama konularında fikir yürütebilmek
7	Meslek etiğinin gereklilikleri konusunda duyarlılık taşımak
8	Ulusal ve uluslararası ulaştırma politikaları hakkında fikir yürütebilmek
9	Yazılı ve sözlü iletişim becerilerine sahip olmak
10	Yaşadığı toplumu ve dünyayı kavrayabilmek

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ7	2				3
PÇ9		3	3		3
PÇ10	2	3	2	3	3