



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Halkla İlişkilerde Teori ve Uygulamalar							
Ders Kodu		HİR305		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	2	Uygulama	2	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Halkla ilişkiler teorileri hakkında bilgi vererek, teoriler zemininde gerçekleştirilebilecek halkla ilişkiler uygulamalarını anlatmak.							
Özet İçeriğı		Halkla ilişkiler teorileri, teorilerin gelişimi, Dünya'da ve Türkiye'de gelişen yeni halkla ilişkiler uygulamaları, farklı perspektiflerden halkla ilişkiler disiplini.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Doç. Dr. Aslı İCİL TUNCER						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	James E. Grunig, Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, Rota Yayınları
2	Alaeddin Asna, Public Relations Temel Bilgiler, Der Yayınları
3	İrfan Erdoğan, Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler, Erk Yayınları

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Tanışma, dersin genel tanıtımı.
2	Teorik	Halkla ilişkiler teorileri
3	Teorik	Halkla ilişkiler teorileri
4	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulamaları- CPR ve MPR kavramlarının öğrenilmesi
5	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulamaları -Pazarlama Yönlü Halkla İlişkiler
6	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulamaları- Kurumsal İletişim
7	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulamaları- Sosyal Sorumluluk
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav (Vize)
9	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulamaları- Kurumsal Kimlik
10	Teorik	Halkla İlişkiler Uygulamaları-Kurum İçi Halkla İlişkiler
11	Teorik	Halkla İlişkiler Programlarının Uygulama Adımları ve Planlama
12	Teorik	Halkla İlişkiler Programlarında Araştırma
13	Teorik	Halkla İlişkiler Programlarında Strateji ve Taktiklerin Belirlenmesi.
14	Teorik	Halkla İlişkiler Programlarında Medya Seçimi, Dijital Uygulamalar ve Bütçeleme
15	Teorik	Halkla İlişkiler Programlarının Raporlanması
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı (Final)

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	5	1	3	20
Uygulamalı Ders	10	0	6	60
Ara Sınav	1	21	1	22
Dönem Sonu Sınavı	1	22	1	23
Toplam İş Yüğü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.



Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Halkla ilişkiler planlamasının taslağını hazırlayabilecektir.
2	Kurumsal iletişim boyutlarını açıklayabilecektir.
3	Halkla ilişkiler kavramının pazarlama iletişimi içindeki yerini açıklayabilecektir.
4	Pazarlama amaçlı halkla ilişkiler uygulamalarını ayırt eder.
5	Sosyal sorumluluk kavramını betimleyebilecektir.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanlarına yönelik hukuki düzenlemelerin, yasa ve mevzuatın bilincinde olup, buna uygun davranabilmek
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranabilmek
3	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdeleyebilmek ve kullanabilmek.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve tekniklerini geliştirip, uygulayabilmek.
6	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek.
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişim, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip edip, kullanabilmek
8	Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medya ile ilişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişim, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplinin ve reklam disiplininin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışmasında yer alabilme, karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim becerilerini elde edebilmek
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar programları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek.
11	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu disiplinlerden yararlanabilmek
12	Bölgesel, ulusal, ve küresel konular/sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak, bunlarla ilgili kanıtlara ve araştırmalara dayalı çözüm önerileri geliştirebilmek ve bunları kamuya anlatabilme becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininin edinen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişimi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilmek.

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	5	5	5	5	5
PÇ3	5	5	5	5	5
PÇ4	5	5	5	5	5
PÇ5	5	5	5	5	5
PÇ6	5	5	5	5	5
PÇ7	5	5	5	5	5
PÇ8	5	5	5	5	5
PÇ9	5	5	5	5	5
PÇ10	5	5	5	5	5
PÇ11	5	5	5	5	5
PÇ12	5	5	5	5	5
PÇ13	5	5	5	5	5

