



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Halkla İlişkiler Bitirme Projesi							
Ders Kodu		HİR418		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	15	İş Yüğü	375 (Saat)	Teori	3	Uygulama	6	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu dersin amacı öğrencilere, başarılı bir halkla ilişkiler kampanyasının nasıl üretilmesi gerektiğini öğretmektir.							
Özet İçeriğı		Öğrenciler dönem boyunca, aşama aşama bir halkla ilişkiler kampanyası tasarlarlar ve tasarladıkları bu kampanyanın uygulamasını yaparlar.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Proje Tabanlı Öğrenme, 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	Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları, Ceyda Aydede
2	Halkla İlişkiler ve Kampanyalar, Polat Can , Murat Sezgin

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Grupların oluşturulması ve danışmanların belirlenmesi
2	Teorik	çalışma projesi brif dağıtımı
3	Teorik	Sorunun belirlenmesi ve durum analizi
4	Uygulama	Mesaj, medya ve etkinlik stratejilerinin belirlenmesi
5	Uygulama	Uygulama planlarının hazırlanması
6	Uygulama	Proje önerisinin hazırlanması
7	Uygulama	Proje önerisinin hazırlanması
8	Ara Sınav (Vize)	Proje önerisinin sunulması
9	Uygulama	Projenin Uygulanması
10	Uygulama	Projenin Uygulanması
11	Uygulama	Projenin Uygulanması
12	Uygulama	Projenin Uygulanması
13	Uygulama	Proje raporunun hazırlanması
14	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Proje raporunun sunulması

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	6	5	6	66
Uygulamalı Ders	7	9	7	112
Proje	1	97	100	197
Toplam İş Yüğü (Saat)				375
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				15

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Bu modülün sonunda öğrenciler müşteriiden alınan brifin halkla ilişkiler stratejisine dönüştürülmesi sürecini kavrayabilecektir.
2	Bu modülün sonunda öğrenciler kurumsal iletişim hedeflerini, etkili ve uygulanabilir halkla ilişkiler stratejilerine dönüştürebilecektir.



3	Bu modülün sonunda öğrenciler kampanya planlaması aşamalarına uygun olarak bir kampanya planı geliştirir.
4	Bu modül sonunda öğrenciler halkla ilişkiler ajansına uygun takım çalışması gerçekleştirebilecektir.
5	Bu modül sonunda öğrenci etkili bir kampanya sunuşu gerçekleştirebilecektir.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla İlişkiler 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 İlişkiler 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 İlişkiler 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 iletişimi, 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 edilen 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

