AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Güncel Eğilimler								
Ders Kodu	HİR378		Ders Düzeyi	Lisans					
AKTS Kredi	5	İş Yükü	125 *(Saat)*	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencileri halkla ilişkiler alanındaki gelişmeler ve güncel eğilimlerle tanıştırmak için tasarlanmıştır.								
Özet İçeriği	Halkla ilişkiler faaliyetlerinde zaman içerisinde yaşanan değişimler işlenirken, hem yerel hem de yabancı yaratıcı ve başarılı örnekler incelenecektir.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	Tench, R. & Yeomans, L., Halkla İlişkileri Keşfetmek, (Pearson Education, 2006)
2	Theaker, A. Halkla İlişkiler El Kitabı

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin genel tanıtımı
2	Teorik	Giriş: Halkla İlişkilerin Tarihi
3	Teorik	Halkla İlişkilerde Yeni Gelişmeler: İnterneti Etkin Kullanmak
4	Teorik	Yüz yüze mi Facebook mu? Halkla İlişkiler aracı olarak Twitter
5	Teorik	Medya İlişkilerinde Yaşanan Dönüşüm
6	Teorik	Etkinlik Yönetimi ve Sponsorluktaki Yeni Uygulamalar
7	Teorik	İtibar Yönetiminin Artan Önemi
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Sanat, yaşam kültürü ve eğlence alanında halkla ilişkiler faaliyetlerindeki yeni eğilimler
10	Teorik	Araştırma ve değerlendirme – Halkla İlişkiler Gücünü Artırıyor mu?
11	Teorik	Halkla İlişkilerin Gelecekte Karşılaşabileceği Tehditler
12	Teorik	Sırada ne var? Halkla İlişkilerin Gelecek Ajandası
13	Teorik	Dönemin Gözden Geçirilmesi
14	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	13	2	3	65
Ara Sınav	1	29	1	30
Dönem Sonu Sınavı	1	29	1	30
			Toplam İş Yükü (Saat)	125
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	5
**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*				

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	Halkla ilişkilerin tarihi gelişimini yorumlayabilecektir.
2	Halkla ilişkilerin temel ilkelerini yorumlayabilecektir.
3	Yeni ve yaratıcı halkla ilişkiler çalışmalarının aşamalarını değerlendirebilecektir

4	Vaka analizleri üzerinden başarılı stratejik halkla ilişkiler çalışmalarını analiz edebilecektir.
5	Halkla ilişkiler çalışmalarının başarısını ve etkinliğini etkilleyen faktörleri değerlendirebilecektir.

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 İlişkiler, 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 İlişkiler, reklamcılık, marka iletişim, pazarlama iletişimi, ikna edece 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 ilgişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişim, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişklier disiplinin ve reklam disiplilinin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışasında 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 kürüsel 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 disiplininden edilen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişmi, 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	3	4	3	4	4
PÇ2	4	5	3	3	2
PÇ3	3	3	4	3	5
PÇ4	3	5	4	3	3
PÇ5	5	5	4	3	3
PÇ6	4	4	3	3	4
PÇ7	4	3	5	3	5
PÇ8	4	5	5	4	4
PÇ9	3	4	5	4	3
PÇ10	3	3	3	3	4
PÇ11	3	4	3	3	4
PÇ12	3	4	3	3	5
PÇ13	3	3	3	3	3