



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Kriz İletişimi							
Ders Kodu		HİR386		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu derste ortam kavramı ve bileşenleri, paydaşların kamu teorisi ve ortaya çıkardıkları kümülatif ortam baskısı öğrenilecektir. Ortam baskısının yarattığı kriz durumları analiz edilecek ve bu koşullara karşı etkili halkla ilişkiler stratejileri ve uygulamaları kavranacaktır.							
Özet İçeriği		Halkla ilişkiler teorilerinde kriz durumunun aşamaları bağlamında incelenmesi, ilgili literatürün işlenmesi ve örnek olay çözümlemeleri ile teorik bilginin pratikteki karşılığının anlaşılması sağlanacaktır. Ayrıca uygulayıcı olarak kriz ile başetme yöntemleri içselleştirilecektir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)		Dr. Öğr. Üyesi Güliz Müge AKPINAR							

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	40
Uygulama	1	10
Ödev	1	10

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	• M.Umut Tuncer, Halkla İlişkileri Ortam Bağlamında Yeniden Tanımlamak; Ortam Baskısının İlişki Biçimine Etkileri, Yayımlanmış Doktor Tezi
2	Kriz İletişimi, İnci Çınarlı, Beta Yayınları
3	• Krizler ve Kriz Yönetimi, Ertan Efeğil ve Mehmet Seyfettin Erol, Barış Kitap Basım Yayın

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Kriz ve temel kavramlar
2	Teorik	Örgüt teorileri
3	Teorik	Ortam kavramı
4	Teorik	Paydaş ve kamu teorisi
5	Teorik	Ortam Baskısı ve ortam tipolojileri
6	Teorik	Kriz ortamı ve kriz yönetimi stratejileri
7	Teorik	Kriz ortamı ve kriz yönetimi stratejileri
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav (Vize)
9	Teorik	Kriz vaka analizi
10	Teorik	Kriz vaka analizi
11	Teorik	Kriz vaka analizi
12	Teorik	Kriz vaka analizi
13	Teorik	Kriz vaka analizi
14	Teorik	Kriz vaka analizi
15	Teorik	Kriz vaka analizi
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	15	1	3	60
Ara Sınav	1	27	3	30



Dönem Sonu Sınavı	1	32	3	35
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	İletişim alanının temelini oluşturan kavramları öğrenebilmek bu konuda tartışma yeterliliğini kazanmak.
2	İletişim modellerinin neyi ifade ettiğini, toplumsal yaşamda neye karşılık geldiğini bilmek.
3	İletişim teorilerinin genel görünüşünü anlamak.
4	İletişim çalışmalarının artalanlarını öğrenmek.
5	Konuya ilişkin vakaları analiz edebilmek.

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 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 iletişimi, 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 edinebilmek 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 anlatabilmek becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininden 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	4	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	4	5	5	5	5
PÇ7	5	5	4	5	5
PÇ8	4	5	5	5	5
PÇ9	5	5	5	5	5
PÇ10	5	4	5	5	5
PÇ11	4	4	5	5	5
PÇ12	4	5	5	5	5
PÇ13	4	4	5	5	5

