



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Halkla İlişkiler							
Ders Kodu		İŞY256		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	2	İş Yüğü	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 Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	0	2	28
Ara Sınav	1	10	0	10
Dönem Sonu Sınavı	1	15	0	15
Toplam İş Yüğü (Saat)				53
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				2

*25 saatlik iş yüğü 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

