AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Avrupa Birliğinde Halkla İlişkiler Uygulamaları								
Ders Kodu	HİRY513		Ders Düzeyi	Yüksek Lisans					
AKTS Kredi	5	İş Yükü	125 *(Saat)*	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Dersi alan öğrencilerin Avrupa Birliği'nin kurumsal yapısını tanımlayarak birlik içerisinde görsel işitsel politika alanına giren temel konularda araştırma yapmaya yönelik bilgi edinmeleri amaçlanmaktadır.								
Özet İçeriği	Dersi alan öğrencilerin Avrupa Birliğindeki halkla ilişkiler uygulamalarının işleyişine dair temel konularda araştırma yapmaya yönelik bilgi edineceklerdir								
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	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	Stevenson, N. (2006). Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi. Çev., G. Orhon ve B. E. Aksoy. Ankara: Ütopya. Mutlu, E. (der.) (2005). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Ütopya. Swingewood, A. (1998). Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi. Çev. O. Akınhay. Ankara: Bilim ve Sanat. Küçük, M. (çev. ve der) (1999). Medya, İktidar, İdeoloji. 2. Basım. Ankara: Ark. Bottomore, T. ve R. Nisbet (der.) (1990). Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi. Ankara: Verso. Köker, L. (1990). İki Farklı Siyaset. İstanbul: Ayrıntı. (yeni basımı: Vadi yayınları) Çelenk, S. (der.) (2008). Kırılmalar ve Uzlaşmalar. Ankara: De Ki. Oskay, Ü. (2000). Tek Kişilik Haçlı Seferleri. İstanbul: İnkılâp.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Avrupa Birliği'ne genel bir bakış: Dönemler, olaylar, kurumlar.
2	Teorik	Avrupa Birliğine ilişkin yaklaşımlar: Avrupa entegrasyonunu anlamak, Uluslarası ilişkiler ve entegrasyon teorileri: Federalizm, işlevselcilik, yeni-işlevselcilik
3	Teorik	Avrupa Birliği'nde politika yapım süreçleri: Hükümetlerarası /ulusaşırı politika yapımı; Avrupa Birliği'nin idaresine ilişkin yaklaşımlar: karşılatırmalı politika, kamu politikası analizi, çok-düzlemli yönetişim, ulusaşırı yönetişim.
4	Teorik	Kamu politikasının Avrupalılaşması: Yeni-kurumsalcı yaklaşım ve özgül bir politika konusu olarak yayıncılık.
5	Teorik	Avrupa Birliği'nde televizyon yayıncılığı tartşmaları: Endüstriyel rekabet politikaları ve kültürel korumacılık. Avrupa Birliği'nde kültür endüstrileri ve Avrupa'nın kültürel kimliği, 'demokratik yoksunluk' tartışmaları bağlamında Avrupa Birliği'nde yayıncılık
6	Teorik	Televizyon hizmetlerinin serbest dolaşımı: Sınır Tanımayan Televizyon Direktifi
7	Ara Sınav (Vize)	vize
8	Teorik	Avrupa Birliği'nde dijital yayıncılık: Standartlar, analog yayının kapatılması
9	Teorik	Kamu hizmeti yayıncılığının geleceğine ilişkin Birlik içindeki tartışmalar
10	Teorik	Avrupa Birliği'nin genişlemesi ve yayıncılık politikaları: Doğu Avrupa'dan izlenimler
11	Teorik	Avrupa Birliği ile müzakere sürecinde Türkiye'de yayıncılık politikaları
12	Teorik	Avrupa Birliğinde Halkla İlişkiler Uygulamaları
13	Teorik	Avrupa Birliğinde Halkla İlişkiler Uygulamaları: Örnek Olay
14	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final

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	AB entegrasyon sürecini dönemlere ayırarak açıklar
2	AB'nin yapısını ve temel kurumlarını açıklar.
3	AB entegrasyon sürecini ele alan temel kuramsal yaklaşımları değerlendirir.
4	AB'de politika yapım sürecinin çözümlenmesinde kullanılan temel kuramsal yaklaşımları değerlendirir.
5	AB'deki PR faaliyetlerini analiz eder

Program Çıktıları *(Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yüksek Lisans Programı)*	
1	İletişimin kültürel boyutlarını inceleyebilecek ve üzerinde akademik çalışmalar yapabilir.
2	Mesaj stratejisini kurumsal çerçevede ele alabilir
3	Reklamcılığın temeli, multimedya, internet ve mobil iletişim pazarlama ilkeleri alanında bilgiye sahip olur.
4	Reklam kampanyaları planlama ve değerlendirme aşamalarında temel yöntemler
5	Reklamcılık ve diğer pazarlama iletişimi çabalarının yorumlanma yeteneği
6	Marka, marka imajı, marka yaratmak ve marka denkliği konusunda yetenek kazanır.
7	Bütünleşik pazarlama yönetimi ve stratejik rolü
8	Dağıtım kanalları, perakendecilik ve satın alma noktasıyla ilgili strateji oluşturma
9	Bilimsel araştırmanın ve sosyal olguların özellikleri
10	Yaratıcı düşünce ve reklam yazarlığı ve ilgili süreç

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi *1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek*

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	3	3	5		3
PÇ2	3	5	5		3
PÇ3	2	2	1		3
PÇ4	5	3	2	2	
PÇ5	3	5	4		3
PÇ6	3	5	3	2	
PÇ7		4	3	2	
PÇ8	3	3	4		
PÇ9		5	3	3	
PÇ10	3	3	5		