



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Uluslararası Halkla İlişkiler							
Ders Kodu		HİRY521		Ders Düzeyi		Yüksek Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Dersin amacı, halkla ilişkilerin uluslararası bağlamda farklı aktörler tarafından nasıl kullanıldığını değerlendirmektir.							
Özet İçeriğı		Ders, Uluslararasılık kavramının tanımlanması, Halkla ilişkilerin ilgili olduğu uluslararası kavramların açıklanması, Türkiye ve diğer ülkelerden örneklerin analizi, Uluslararası aktörlerin listelenmesi, Uluslararası halkla ilişkiler ve tanıtım kampanyalarının aşamalarını sıralamak gibi konuları içermektedir							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma							
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	Becerikli,Sema Yıldırım, Uluslararası Halkla İlişkiler, Ankara: Nobel Yayınları, 2005
2	Yılmaz,Sait, Güç ve Politika, İstanbul: Alfa Yayınları, 2008

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Halkla ilişkilerin ve uluslararası halkla ilişkilerin tanımı, amaçları
2	Teorik	Halkla ilişkilerin uluslararası ilişkiler ve uluslararası pazarlama ile ilişkisi ve önemi
3	Teorik	Uluslararası halkla ilişkiler açısından temel sorunlar
4	Teorik	Uluslararası ilişkilerde güç ve hegemonya
5	Teorik	Halkla ilişkilerde propaganda
6	Teorik	Halkla ilişkilerde lobicilik
7	Teorik	Halkla ilişkilerde kamuoyu diplomasisi
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Küresel marka tanımı ve küresel markalara örnekler
10	Teorik	Küresel markalar için pazarlama iletişimi açısından sponsorluğun önemi
11	Teorik	Küresel markalar için sponsorluk örnekleri
12	Teorik	Küresel markalar için kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları
13	Teorik	Küresel markaların kriz iletişimine örnekler
14	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	13	2	3	65
Ara Sınav	1	29	1	30



Dönem Sonu Sınavı	1	29	1	30
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	Uluslararası halkla ilişkiler ortamlarının en az 3'ünü tanımlar
2	Uluslararası halkla ilişkiler ve tanıtım kampanya aşamalarını listeler
3	Uluslararası halkla ilişkiler ve tanıtıma ait kavramlardan en az 4'ünü özetler
4	Uluslararası halkla ilişkileri aktörlerinden en az 2'sinin niteliklerini özetler
5	Uluslararası halkla ilişkilerin uygulamalarını bir örnek olay üzerinden değerlendirir

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	5	5	5	3	4
PÇ2		5	4	5	2
PÇ3		4	5	4	3
PÇ4	4	5	4	3	5
PÇ5	4	4	5	3	4
PÇ6	5	4	4	4	5
PÇ7	4	4	3		4
PÇ8		4	5	4	4
PÇ9	5	4	4	3	3
PÇ10	4	4	5	5	4

