

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Stratejik İletişimin ve Halkla İlişkilerin Temelleri | PUB 102 | Bahar | 02+04+00 | Seçmeli | 4 | 7 |
| Akademik Birim: | İletişim Fakültesi | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | -- | | | | | |
| Dersin Amacı: | Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none">Halkla ilişkilerin ve Stratejik İletişimin temel kavramlarını ve ilkelerini öğrenmeleri,Halkla ilişkilerin tarihsel gelişimini anlamaları,Halkla ilişkiler süreçlerinde, global ve yerel düzeyde düşünebilme becerisi kazanmaları beklenmektedir. | | | | | |
| Dersin İçeriği: | Bu giriş dersinde, halkla ilişkilerin ve stratejik iletişimin felsefesi, tarihi, teorileri, öncüleri, tanımları, kavramları anlatılmaktadır. Halkla ilişkilerin önde gelen alanlarının irdelendiği derste, farklı örgütlerde halkla ilişkiler işlevinin rolü ve amaçları, önemli halkla ilişkiler teorilerinin nasıl uygulandığı, gerçek hayattan örnek vakalar eşliğinde incelenmektedir. Ayrıca propaganda, pazarlama, pazarlama iletişimi, markalama, reklam, medyada duyurum, medya okuryazarlığı, kurumsal iletişim gibi bazı ilişkili konular karşılaştırmalı olarak tartışılmaktadır. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">1- Halkla ilişkilerin ve Stratejik İletişimin temel kavramlarını analiz edebilmek2- Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki PR sektörünün tarihsel kökenlerini karşılaştırabilmek3- Halkla ilişkilerin temel yöntemlerini ve tekniklerini uygulayabilmek4- Halkla ilişkiler süreçlerinin yönetiminde temel becerileri kazanmak5- Medyada duyurum yönetimi kapsamında, basın bülteni yazabilmek6- Temel düzeyde, bir Halkla ilişkiler kampanyasını hazırlama ve sunma becerisi kazanmak | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Bu ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: <ol style="list-style-type: none">Halkla ilişkiler UygulamalarıHalkla ilişkiler Ajansları ve Kurumsal İletişim DepartmanlarıStratejik Planlama ve Kampanya Öğrencilerin, gerçek halkla ilişkiler vakalarının irdelendiği sınıf tartışmalarına katılmaları beklenmektedir. Her öğrenciye değerlendirmede payı olan bireysel ödevler verilecektir. Öğrenci grupları, takım projesi olarak, bir halkla ilişkiler kampanyasını hazırlayıp sunacaklardır. Yazılı ve sözlü sunumlar | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 1 | Oryantasyon Haftası (Giriş ve ders planı) | |
| 2 | Modül (I): Halkla ilişkiler Uygulamaları Stratejik iletişimde halkı ve paydaşları belirlemek | Okuma çalışmaları |
| 3 | Modül (I): Halkla ilişkiler Uygulamaları Gerçek PR vakalarında PR modellerine dayalı iletişim sürecini analiz etmek | Dijital dergilerde araştırma |
| 4 | Modül (I): Halkla ilişkiler Uygulamaları Tanıtım materyallerinin hazırlanması: Bir basın bülteni yasmak ve media toplantısı düzenlemek (Çevrimiçi ve çevrimdışı) | Okuma çalışmaları |

| | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 5 | Modül (I): Halkla İlişkiler Uygulamaları Etkinlik yönetiminde yeni fikirler yaratmak | Bireysel ödevlerin teslimi |
| 6 | Modül (II): Halkla İlişkiler Ajansları ve Kurumsal İletişim Departmanları Bir PR ajansı kurmak | Dijital dergilerde araştırma |
| 7 | Modül (II): Halkla İlişkiler Ajansları ve Kurumsal İletişim Departmanları PR ajansında görev atama ve müşteriler için etkili teklifler hazırlama | Okuma çalışmaları ve örnek vaka analizleri |
| 8 | Modül (II): Halkla İlişkiler Ajansları ve Kurumsal İletişim Departmanları Kurumsal iletişim departmanları için roleplay | Okuma çalışmaları ve örnek vaka analizleri |
| 9 | Modül (II): Halkla İlişkiler Ajansları ve Kurumsal İletişim Departmanları Üst yönetim için etkili bir kurumiçi iletişim projesi geliştirmek | Bireysel ödevlerin teslimi |
| 10 | Modül (III): Stratejik Planlama ve Kampanya PR vakalarında planlama modellerine dayalı strateji ve taktik geliştirme | Okuma çalışmaları ve örnek vaka analizleri |
| 11 | Modül (III): Stratejik Planlama ve Kampanya SWOT analizi pratikleri | Örnek vaka çalışması |
| 12 | Modül (III): Stratejik Planlama ve Kampanya Kriz iletişimi planları ve pratikleri hazırlama | Okuma çalışmaları ve örnek vaka çalışması |
| 13 | Modül (III): Stratejik Planlama ve Kampanya Etkili bir halkla ilişkiler kampanyası tasarlama ve sunma | Sözlü sunum ve projelerin teslimi |
| 14 | Tekrar Haftası | |

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

- Public Relations: The Basics by Smith, Ronald D., London: Routledge, 2014
- Introducing Public Relations: Theory and Practice by Butterick, Keith. London: SAGE, 2011
- Exploring Public Relations by Ralph Yeomans, Liz Tench, New York: FT Prentice Hall, 2009

DİĞER KAYNAKLAR

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı | Katkı Payı (%) |
|-------------------------|------|----------------|
| Katılım | 12 | - |
| Proje | 1 | 50 |

| | | |
|---------------|-----------|------------|
| Ödev | 1 | 20 |
| Sunum/Jüri | 1 | 30 |
| Total: | 15 | 100 |

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yükü (saat) |
|-------------------------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |
| Proje | 1 | 65 | 65 |
| Ödev | 2 | 20 | 40 |
| Sunum/Jüriye Hazırlık | 1 | 28 | 28 |
| Toplam İş Yükü (saat): | | | 175 |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

| # | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 | PY9 | PY10 | PY11 | PY12 | PY13 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|
| OC1 | | | | | | | | | | | | | |
| OC2 | | | | | | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | | | | | | |
| OC4 | | | | | | | | | | | | | |
| OC5 | | | | | | | | | | | | | |
| OC6 | | | | | | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek