

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı                          | Kodu  | Yarıyıl | T+U+L<br>(saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|---|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Kampanya Tasarımı ve Yönetimi       | PUB 301   | Güz     | 02+08+00              | Seçmeli      | 6           | 10   |
| 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"><li>Halkla ilişkilerde iletişim kampanyası tasarlamanın kritik adımlarını öğrenmesi</li><li>Halkla ilişkiler kampanyalarında stratejinin önemini kavramaları</li><li>Kampanya tasarlama ve yönetiminde problem tespit ve çözüme yetilerini kazanmaları beklenmektedir.</li></ul>  |         |                       |              |             |      |
| Dersin İçeriği:                     | Bu ders öğrencilere halkla ilişkilerde iletişim kampanyaları oluşturma, yürütme ve değerlendirme konusunda eleştirel ve pratik bir anlayış kazandırmak için tasarlanmıştır. Öğrenciler, halkla ilişkiler uzmanları tarafından kriz iletişimi ve uluslararası halkla ilişkiler gibi halkla ilişkiler uzmanlığı alanlarında ve medya ilişkileri, çalışan ilişkileri, üye ilişkileri, toplum ilişkileri gibi halkla ilişkiler fonksiyonlarında kullanılan strateji ve taktikler hakkında bilgi sahibi olacaklardır. hükümet ilişkileri, yatırımcı ilişkileri ve tüketici ilişkileri. Aynı zamanda başarılı iletişim kampanyaları tasarlamada önemli adımları, araştırma, bütçeleme ve izleme gibi adımları öğrenecek ve uygulayacaklardır. Bu tür pratik bilgi ve tasarım deneyimine ek olarak, öğrenciler halkla ilişkilerde mevcut örnek olay incelemelerini sınıfta olduğu gibi eleştirel bir şekilde analiz ederek problem çözüme becerilerini geliştireceklerdir. |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):      | <ul style="list-style-type: none"><li><b>1-</b> Stratejik iletişim kampanyası tasarlama ve yönetimin kritik adımlarını ifade edebilmek</li><li><b>2-</b> Bir yönetim işlevi olarak halkla ilişkiler ve stratejik iletişim kampanyaları arasındaki bağlantıyı belirtebilmek</li><li><b>3-</b> Bir iletişim kampanyasının tüm adımlarını tasarlayabilmek ve bu adımları pratikte yönetebilmek</li><li><b>4-</b> Bir iletişim kampanyasının sözlü, yazılı, görsel sunumunu yapabilmek</li><li><b>5-</b> Bir iletişim kampanyası hazırlarken, sunarken, yürütürken ve değerlendirirken grup olarak çalışabilmek</li></ul>   |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Bu ders üç evreden oluşmaktadır: 1. Formatif Araştırma 2. Strateji 3. Taktikler ve Değerlendirme Her evrede öğrenciler gruplar halinde bir proje için çalışacaklardır. Her bir proje kampanya tasarımının bir safhasına odaklanacaktır. Evre sonlarında projeler sunum olarak da aktarılacaktır (her biri yüzde 10 - yüzde 5 yazılı rapor, yüzde 5 sunum). Devam ve derse katılım ise yüzde 10 değerindedir.  |         |                       |              |             |      |

## HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular   | Ön Hazırlık                     |
|-------|---|---------------------------------|
| 1     | Oryantasyon Haftası (Giriş ve ders planı)                         |                                 |
| 2     | Evre (I): Formatif Araştırma: Kamu analizi                        | Okumalar & grup proje çalışması |
| 3     | Evre (I): Formatif Araştırma: Kurum analizi                       | Okumalar & grup proje çalışması |
| 4     | Evre (I): Formatif Araştırma: Durum analizi                       | Okumalar & grup proje çalışması |
| 5     | Evre (I): Formatif Araştırma: Bir bütün olarak formatif araştırma | Proje teslimi ve sözlü sunumlar |
| 6     | Evre (II): Strateji: Amaç ve hedefleri belirlemek                 | Okumalar & grup proje çalışması |
| 7     | Evre (II): Strateji: Stratejik mesaj                              | Okumalar & grup proje çalışması |

|    |   |                                       |
|----|---|---------------------------------------|
| 8  | Evre (II): Strateji: Aksiyon ve etki stratejisi   | Okumalar & grup proje çalışması       |
| 9  | Evre (II): Strateji: Bir bütün olarak strateji  | Proje teslimi ve sözlü sunumlar       |
| 10 | Evre (III): Taktikler ve Değerlendirme: İletişim taktiklerini seçmek  | Okumalar & grup proje çalışması       |
| 11 | Evre (III): Taktikler ve Değerlendirme: Etkili iletişim kullanmak   | Okumalar & grup proje çalışması       |
| 12 | Evre (III): Taktikler ve Değerlendirme: Bütçe ve iletişim planının uygulanması  | Okumalar & grup proje çalışması       |
| 13 | Evre (III): Taktikler ve Değerlendirme: İletişim taktiklerini seçmek Etkili iletişim kullanmak Bütçe ve iletişim planının uygulanması Değerlendirme araştırması | Final proje teslimi ve sözlü sunumlar |
| 14 | Tekrar haftası  |                                       |

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

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Strategic Planning for Public Relations (2nd Ed.), Smith, R. D.

## DİĞER KAYNAKLAR

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları  | Sayı      | Katkı Payı (%) |
|--|-----------|----------------|
| Katılım  | 12        | 10             |
| Proje  | 3         | 60             |
| Sunum/Jüri   | 3         | 30             |
| Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.) | 13        | -              |
| <b>Total:</b>  | <b>31</b> | <b>100</b>     |

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler                          | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|--------------------------------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati                           | 14     | 3             | 42                    |
| Proje                                | 3      | 50            | 150                   |
| Sunum/Jüriye Hazırlık                | 3      | 15            | 45                    |
| Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler | 13     | 1             | 13                    |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| Toplam İş Yüğü (saat): | 250 |
|------------------------|-----|

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

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

| #   | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 | PY9 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| OC1 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| OC2 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| OC3 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| OC4 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| OC5 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek