

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|--|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Stratejik Dijital Halkla İlişkiler | PUB 303 | Güz | 02+02+00 | Seçmeli | 3 | 5 |
| Akademik Birim: | İletişim Fakültesi | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | Banu BAYBARS HAWKS | | | | | |
| Dersin Amacı: | Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none">Sosyal medyanın günümüz dünyadaki etkisini değerlendirmeleri,Kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin kapsamını anlamaları,Güncel bir konuda, ekip çalışması ile sosyal kampanya oluşturmaları,Yeni medya teknolojilerini kullanarak içerik üretmeleri beklenmektedir. | | | | | |
| Dersin İçeriği: | Bu ders, öğrencilere sosyal medya ve çeşitli web platformlarında içerik üretimi ve pazarlaması hakkında birçok pratik etkinlik sunmayı amaçlamaktadır. Öğrenciler hem derslerde hem de atölye çalışmalarında içerik tanımını ve türlerini ve üretim süreçlerini kavrayacaklardır. Kurs, vaka çalışmaları ve konuk konuşmacılar gibi yeni medya endüstrisindeki uygulamalarla desteklenecektir. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">1- Dijital PR kampanyası geliştirmek için güncel sosyal sorunları belirlemek ve değerlendirmek.2- Projelerde ekibin verimli bir üyesi olarak çalışabilmek.3- Kamuoyu ve kampanya oluşturmada yeni medya teknolojilerini kullanma becerisine sahip olmak4- Dijital medyayı demokratik katılım ve toplumsal talepler bağlamında değerlendirebilmek. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Yeni teknolojiler ve halkla ilişkiler 2. Dijital pazarlama 3. Halkla ilişkilerde dijital stratejilerin uygulanması Modüller genellikle modül içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Sonrasında öğrencilerden gözlemlerini sunmaları ve konseptle ilgili bir proje tasarımları istenir, bu sayede bilgiyi içselleştirmeleri sağlanır. Yazılı ve sözlü proje sunumları ders notunun yüzde 60'ını oluşturmaktadır. Sınıf içi egzersizler ve katılım ders notunun yüzde 20'sini oluşturmaktadır. Toplam ders notunun geriye kalan yüzde 20'lik kısmı ise final sınavı ile tayin edilmektedir. | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|---|-------------------------------|
| 1 | Oryantasyon Haftası (Giriş ve ders planı) | |
| 2 | Modül (I): Yeni teknolojiler ve halkla ilişkiler: Dijital medya ve halkla ilişkiler için kuramsal çerçeve | Okuma ödevi |
| 3 | Modül (I): Yeni teknolojiler ve halkla ilişkiler: Halkla ilişkilerde dijital medya kullanımı I | Okuma ödevi |
| 4 | Modül (I): Yeni teknolojiler ve halkla ilişkiler: Halkla ilişkilerde dijital medya kullanımı II | Okuma ödevi |
| 5 | Modül (I): Yeni teknolojiler ve halkla ilişkiler: Halkla ilişkilerde dijital medya kullanımı III | Okuma ödevi & uygulama raporu |
| 6 | Modül (II): Dijital pazarlama: Dijital modeller | Okuma ödevi |

| | | |
|----|--|--|
| 7 | Modül (II): Dijital pazarlama: Dijital tüketici | Okuma ödevi |
| 8 | Modül (II): Dijital pazarlama: Sosyal medya pazarlamacılığı | Okuma ödevi & uygulama raporu |
| 9 | Modül (II): Dijital pazarlama: Dijital pazarlama yönetimi | Okuma ödevi & modül hakkında sözlü sunum |
| 10 | Modül (III): Halkla ilişkilerde dijital stratejilerin uygulanması: Dijital stratejiler nedir? | Okuma ödevi |
| 11 | Modül (III): Halkla ilişkilerde dijital stratejilerin uygulanması: Dijital deneyim tasarımı I | Okuma ödevi |
| 12 | Modül (III): Halkla ilişkilerde dijital stratejilerin uygulanması: Dijital deneyim tasarımı II | Okuma ödevi |
| 13 | Modül (III): Halkla ilişkilerde dijital stratejilerin uygulanması: Dijital pazarlama tasarımı | Proje raporlarının teslim edilmesi |
| 14 | Tekrar haftası | |

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Dersin tüm okumaları dijital/rezerv olarak sağlanacaktır. (Khas Learn ve/veya Khas Bilgi Merkezi'nde mevcuttur)

DİĞER KAYNAKLAR

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı | Katkı Payı (%) |
|-------------------------|-----------|----------------|
| Katılım | 12 | 10 |
| Uygulama | 2 | 10 |
| Proje | 1 | 40 |
| Sunum/Jüri | 1 | 20 |
| Final Sınavı | 1 | 20 |
| Total: | 17 | 100 |

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|-------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |

| | | | |
|--------------------------------------|----|----|------------|
| Uygulama | 2 | 5 | 10 |
| Proje | 1 | 20 | 20 |
| Sunum/Jüriye Hazırlık | 1 | 9 | 9 |
| Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler | 12 | 2 | 24 |
| Final Sınavı | 1 | 20 | 20 |
| Toplam İş Yüğü (saat): | | | 125 |

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

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

| # | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 | PY9 | PY10 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| OC1 | | | | | | | | | | |
| OC2 | | | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | | | |
| OC4 | | | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek