

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|---|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Dijital Halkla İlişkilerde Konular | PUB 306 | Bahar | 01+04+00 | Seçmeli | 3 | 6 |
| Akademik Birim: | İletişim Fakültesi | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | -- | | | | | |
| Dersin Amacı: | <p>Bu dersi alan öğrencilerin:</p> <ul style="list-style-type: none">• Dönem boyunca dijital halkla ilişkiler temelli bir araştırma veya araştırmaya dayalı pratik proje fikri geliştirmeleri ve sunmaları,• Dijital halkla ilişkiler alanında akademik veya Pazar araştırmaları için araştırma becerilerini geliştirmeleri,• Proje yönetiminde kazanılan becerileri geliştirmeleri ve uygulamaları,• Metin ve multimedya yapımında kazandığı becerileri uygulamaları,• Ekip çalışmasına katılmaları,• Araştırma raporu veya multimedya proje portföyü hazırlamaları,• İleri sunum becerileri oluşturmaları,• Çalışmalarında edindiği bilgi ve becerileri endüstri/akademi mentorları ile işbirliği yaparak gerçek dünyadaki vakalara uygulamaları beklenmektedir. | | | | | |
| Dersin İçeriği: | <p>Bu ders, dijital kampanyalara odaklanan dijital PR uygulamalarını analiz etmeyi ve ölçmeyi amaçlamaktadır. Kurs iki paralel akışa sahip olacak: birincisi daha çok sosyal kampanyacılık, sosyal medyanın artıları ve eksileri ve sosyal medya için mevcut çeşitli araçlar üzerine kavramsal tartışmalara odaklanacak. Bunlar sosyal medya metrikleri, ölçüm araçları, arama motoru optimizasyonu, sosyal medya için veri madenciliği, web tasarımı ve dijital haritalamayı içerir. İkinci akışın ise öğrencilerin sosyal medyayı kullanarak bir sosyal kampanya tasarlama gerektiren pratik bir yönü vardır.</p> | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">• 1- Bağımsız iş birliği projesi geliştirme becerisine sahip olmak.• 2- Mezuniyet portföyleri için çıktı üretebilmek.• 3- Dijital projeler yönetebilmek.• 4- Takım halinde çalışabilmek.• 5- İngilizce projelerin profesyonel sunumu için beceri geliştirmek. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | <p>Ders, okumalar, seminer, vaka olay analizi, strateji oluşturma ve üretim atölyelerinin bir kombinasyonundan oluşur. Seminer ve tartışma: Her projenin danışmanı/mentorü seminerler ve tartışma oturumları sunacak ve ayrıca öğrencilere bir araştırma projesi fikri geliştirmek ve uygulamak için ilgili okuma materyali sağlayacaktır. Öğrenci ve danışman/mentor, seminerler sırasında her hafta için verilen fikirleri ve okumaları tartışacaktır. Öğrencilerin gerekli okumaları okuyarak sınıfa gelmeleri beklenmektedir. Vaka çalışması: Öğrenci ve mentor, bir vaka belirleyerek, bu vaka üzerine araştırma stratejisi, multimedya üretimi ve sosyal medya veya pazar araştırması stratejisi geliştirecektir.</p> | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|--|--------------------------|
| 1 | Oryantasyon Haftası (Giriş ve ders planı) | |
| 2 | Evre (I): Proje Fikirleri: Çalıştay proje yönetimi I | Çalıştay okumaları |
| 3 | Evre (I): Proje Fikirleri: Çalıştay proje yönetimi II | Çalıştay okumaları |
| 4 | Evre (I): Proje Fikirleri: Dijital kampanyanın kavramsallaştırılması | Proje fikrinin gelişmesi |
| 5 | Evre (I): Proje Fikirleri: Proje için fikir geliştirme | Tartışma ve sunumlar |

| | | |
|----|--|----------------------|
| 6 | Evre (II): Proje Hazırlığı ve Tasarımı: Dijital kampanya projesi hazırlığı | Tartışma ve sunumlar |
| 7 | Evre (II): Proje Hazırlığı ve Tasarımı: Proje hazırlığı | Tartışma ve sunumlar |
| 8 | Evre (II): Proje Hazırlığı ve Tasarımı: Kampanya tasarımı | Mentorle buluşma |
| 9 | Evre (II): Proje Hazırlığı ve Tasarımı: Kampanya tasarım fikrinin Kabul edilmesi | Mentorle buluşma |
| 10 | Evre (III): Proje Uygulaması: Projenin uygulanması: Dijital kampanya | Tartışma ve sunumlar |
| 11 | Evre (III): Proje Uygulaması: Projenin uygulanması: Dijital kampanya | Tartışma ve sunumlar |
| 12 | Final projesi araştırma sunumları | Tartışma ve sunumlar |
| 13 | Final projesi teslim etme hazırlığı | |
| 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 | 20 |
| Uygulama | 5 | 10 |
| Proje | 1 | 30 |
| Ödev | 5 | 25 |
| Sunum/Jüri | 1 | 15 |
| Total: | 24 | 100 |

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|-------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |
| Uygulama | 5 | 5 | 25 |

| | | | |
|--------------------------------------|----|----|------------|
| Proje | 1 | 25 | 25 |
| Ödev | 5 | 5 | 25 |
| Sunum/Jüriye Hazırlık | 1 | 9 | 9 |
| Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler | 12 | 2 | 24 |
| Toplam İş Yükü (saat): | | | 150 |

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 | | | | | | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek