

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|---|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Stratejik Kurumsal Halkla İlişkiler | PUB 202 | Güz | 02+02+00 | Seçmeli | 3 | 6 |
| Akademik Birim: | İletişim Fakültesi | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | Banu BAYBARS HAWKS | | | | | |
| Dersin Amacı: | <p>Bu dersi alan öğrencilerin:</p> <ul style="list-style-type: none">• Şirketler için kurumsal iletişimin stratejik rolünü anlaması beklenmektedir• Stratejik iletişim ve kurumsal iletişimin kurumsal temellerini anlaması beklenmektedir• Kurumsal halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim için temel analitik ve profesyonel beceriler geliştirmesi beklenmektedir• Halkla ilişkiler, kurumsal ilişkiler ve kamu işlerinde yönetim düzeyindeki kariyer için entelektüel beceriler geliştirmesi beklenmektedir• Kurumsal ortamda etkili iletişim stratejilerinin rolünü anlaması beklenmektedir. | | | | | |
| Dersin İçeriği: | <p>Bu ders etkili bir kurumsal iletişim sisteminin nasıl oluşturulacağına ve kuruluşların başarılı iletişim stratejileri ve taktikleri ile iş hedeflerine nasıl ulaşabileceğine odaklanmaktadır. Bunu yaparken ders, kurumsal iletişimde etkili iletişim stratejilerinin rolüne vurgu yaparak halkla ilişkiler yönetimi ve uygulamasının temellerini tanıtmaktadır. Ders, daha sonra, basın, yayın, dış mekân, satın alma noktası, doğrudan posta, internet, telefonla pazarlama, halkla ilişkiler, tanıtım, reklamcılık ve benzerine odaklanmaktadır. Bireysel analiz ve vaka çalışmalarının tartışılması yoluyla, öğrenciler hem bütünlük pazarlama yöntemlerini hem de diğer iletişim araçlarını kullanarak temel pazarlama ilkelerinin nasıl uygulanacağını öğrenirler.</p> | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">• 1- Etkili iletişim araçlarını kullanarak temel pazarlama ilkelerini uygulayabilmek• 2- Kurumsal iletişimin çeşitli alanlarında yer alan paydaş ilişkilerini yönetebilmek• 3- Kurumsal strateji çalışmalarını analiz etme, planlama ve yürütme becerisine sahip olmak• 4- Kurumsal iletişim ile ilgili yeni bilgi ve becerileri üretmek için uygun teori ve yöntemleri uygulayabilmek | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | <p>Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Stratejik iletişim 2. Pazarlama iletişimi 3. Kurumsal iletişim 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 80'ini oluşturmaktadır. Sınıf içi egzersizler ve katılım ders notunun yüzde 20'sini oluşturmaktadır.</p> | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|---|--|
| 1 | Oryantasyon Haftası (Giriş ve ders planı) | |
| 2 | Stratejik iletişim nedir? | Okuma ödevi |
| 3 | Stratejik iletişim kuramları | Okuma ödevi |
| 4 | Stratejik hikaye anlatımı | Okuma ödevi |
| 5 | Sosyal medya ve stratejik iletişim | Okuma ödevi & modül hakkında sözlü sunum |
| 6 | Pazarlama iletişimi nedir? | Okuma ödevi |
| 7 | Tüketici davranışları ve iletişim | Okuma ödevi |
| 8 | Marka iletişimi | Okuma ödevi |

| | | |
|----|--------------------------------------|--|
| 9 | İç pazar iletişimi | Okuma ödevi & modül hakkında sözlü sunum & ilerleme raporu |
| 10 | Kurumsal kimlik | Okuma ödevi |
| 11 | Kurumsal marka ve markalaşma | Okuma ödevi ve proje raporlarının teslim edilmesi |
| 12 | Etik markalaşma ve sosyal sorumluluk | Okuma ödevi |
| 13 | Paydaşların yönetimi | Okuma ödevi |
| 14 | Tekrar | |

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 | 10 | 10 |
| Proje | 1 | 60 |
| Sunum/Jüri | 2 | 20 |
| Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.) | 12 | - |
| Total: | 37 | 100 |

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|--------------------------------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |
| Uygulama | 1 | 10 | 10 |
| Proje | 1 | 40 | 40 |
| Sunum/Jüriye Hazırlık | 1 | 9 | 9 |
| Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler | 12 | 2 | 24 |
| Toplam İş Yüğü (saat): | | | 125 |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

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

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek