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	03+00+00	Seçmeli	3	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: • Halkla İlişkilerin ve Stratejik İletişimin temel kavramlarını ve ilkelerini öğrenmeleri, • Halkla İlişkilerin 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):	• **1-** Halkla İlişkilerin ve Stratejik İletişimin temel kavramlarını analiz edebilmek • **2-** Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki PR sektörünün tarihsel kökenlerini karşılaştırabilmek • **3-** Halkla İlişkilerin temel yöntemlerini ve tekniklerini uygulayabilmek • **4-** Halkla İlişkiler süreçlerinin yönetiminde temel becerileri kazanmak • **5-** Medyada duyurum yönetimi kapsamında, basın bülteni yazabilmek • **6-** Temel düzeyde, bir Halkla İlişkiler kampanyasını hazırlama ve sunma becerisi kazanmak
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Bu ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Halkla İlişkiler Uygulamaları 2. Halkla İlişkiler Ajansları ve Kurumsal İletişim Departmanları 3. Stratejik 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 İlişkiler Uygulamaları Stratejik iletişimde halkı ve paydaşları belirlemek	Okuma çalışmaları
3	Modül (I): Halkla İlişkiler Uygulamaları Gerçek PR vakalarında PR modellerine dayalı iletişim sürecini analiz etmek	Dijital dergilerde araştırma
4	Modül (I): Halkla İlişkiler 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
OC1										
OC2										
OC3										
OC4										
OC5										
OC6										

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek