

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Halkla İlişkiler	HI 111	Bahar	02+00+00	Zorunlu	2	5
Akademik Birim:	Kadir Has Meslek Yüksekokulu					
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim					
Ön Koşullar	yok					
Öğrenim Dili:	Türkçe					
Dersin Düzeyi:	Seviye Belirtilmemiş					
Dersin Koordinatörü:	Ahmet Burhan SÖĞÜTLÜOĞLU					
Dersin Amacı:	Halkla ilişkileri mesleğini kuramsal olarak tanımak ve uygulama alanlarını kavramak					
Dersin İçeriği:	Halkla ilişkiler kavramı, dünyada ve Türkiye’de halkla ilişkilerin gelişimi, halkla ilişkiler modeli, tanıtım, pazarlama, reklam, halkla ilişkiler ve etik halkla ilişkilerde hedef kitle, basın bülteni yazma, halkla ilişkiler yönetimi halkla ilişkiler kampanyaları halkla ilişkiler ve sosyal sorumluluk,kriz yönetimi, kurum içi iletişim itibar yönetimi					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• 1- Halkla ilişkilerin model ve kuramlarını kavramak • 2- Halkla ilişkilerin diğer alanlarla benzerlik ve farklılıklarını kavramak • 3- Hedef kitleye uygun basın bülteni yazmak ve uygun mecraları seçme becerisi kazanmak					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Vize, final					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Halkla ilişkiler tanımı ve uygulama alanları	
2	İletişimdeki diğer kavramlarla benzerlik ve farklılıkları	
3	Halkla ilişkilerin gelişmesi, tarihsel süreç	
4	Halkla ilişkiler modelleri 1	
5	Halkla ilişkiler modelleri 2	
6	Pazarlama Yönlü Halkla ilişkiler, Halkla ilişkilerin Faaliyet Alanları	
7	vize	
8	Halkla ilişkiler teknikleri	
9	Basın bülteni yazma 1	
10	Halkla ilişkilerin Temel İlkeleri Halkla ilişkilerde Kullanılan Araç ve Yöntemler	
11	Basılı Araçlar,Sözlü araçlar, Görsel ve işitsel araçlar	
12	Sosyal sorumluluk ve kurumsal itibar	
13	Halkla ilişkiler Uzmanında olması gereken özellikler	
14	Hedef Kitle ,kHedef Kitlenin Tanımı ve uÖzellikleri	

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Sezgin Murat, Meslek Yüksekokulları için MEB uyumlu Halkla İlişkiler , Yüce Medya Yayınları, Ankara
Okay Aydemir, Okay Ayla, Halkla İlişkiler ve Medya. 8.Bası Derin Yayınları ,İstanbul,2015

DİĞER KAYNAKLAR

Balta Peltekoğlu, F. (2014). Halkla İlişkiler Nedir? İstanbul: Beta Basım Yayım
Bıçakçı İlker, İletişim ve Halkla İlişkiler, Mediacat, İstanbul

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	140	2
Ödev	4	20
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	30
Final Sınavı	1	50
Total:	146	102

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	2	28
Ödev	4	5	20
Diğer Uygulamalara Hazırlık	4	5	20
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	2	3	6
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	15	15
Final Sınavı	1	25	25
Toplam İş Yüğü (saat):			114

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	PY14	PY15
OC1				3			2								2
OC2				3			2								

OC3				3			2							3
-----	--	--	--	---	--	--	---	--	--	--	--	--	--	---

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek