

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Halkla İlişkiler	5232105	I	3+0	3	6
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin genel amacı; halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi ve güncel uygulamalarını anlatmak ve değerlendirmektir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Halkla ilişkilerin temel kavramlarını bilir. 2. Kamu kurum ve kuruluşlarında halkla ilişkileri öğrenir. 3. Halkla ilişkilerin uygulanması konusunda araştırma ve yorum yapabilme yeteneği kazanır. 4. Dünyada ve Türkiye’de halkla ilişkiler kampanyalarını analiz eder. 5. Halkla ilişkilerde etik yaklaşımları bilir. 6. Halkla ilişkilerde medya ve sosyal medya kullanımı öğrenir.				
Dersin İçeriği	Halkla ilişkiler uygulamaları, kamuoyunu etkilemek ve onun desteğini kazanmak amacı ile yürütülen, hedef kitlelere kurumun varlığının hissettirilmesini, kamuoyunda olumlu bir kurum imajı yaratılmasını, hedef kitle ile kurum/kuruluş arasında karşılıklı ve yararlı ilişkilerin oluşturulmasını ve kurum/kuruluşlara itibar kazandırılmasını sağlayan çabalardır. Kurum/kuruluşların planlı bir biçimde yürüteceği halkla ilişkiler uygulamaları ile topluma hangi mesajları, hangi araç ve ortamlarla vereceği ve bu uygulamaların örgütlü bir biçimde yürütülmesi, kurumların imajı açısından büyük önem taşımaktadır.				
Haftalar	Konular				
1	Halkla ilişkilere giriş				
2	Halkla ilişkiler kavram ve gelişimi				
3	Halkla ilişkiler teorileri				
4	Halkla ilişkiler ve etik yaklaşımlar				
5	Halkla ilişkiler ve iletişim				
6	Kamu kurumlarında halkla ilişkiler kampanyası				
7	Ara Sınav				
8	Halkla ilişkilerde medya ve sosyal medya kullanımı				
9	Kurumsal kimlik oluşturma				
10	Halkla ilişkiler uygulamaları ve örnek olaylar				
11	Halkla ilişkilerin uluslararası boyutu				
12	Kampanya hazırlama: Dünya’dan iyi kampanya örnekleri				
13	Kampanya hazırlama: Türkiye’den iyi kampanya örnekleri.				
14	Halkla ilişkiler uygulamalarının değerlendirilmesi				
Genel Yeterlilikler					
Halkla ilişkiler kampanyalarını değerlendirir. Halkla ilişkiler uygulamaları hakkında bilgi içerikli değerlendirme yapar.					
Kaynaklar					
Okay. A. ve A. Okay. (2010). <i>Halkla İlişkiler. Kavram, Strateji ve Uygulamaları</i> . Ankara: Der Yayınları. Ataman. H. ve B. Yamak. (2013). <i>Sivil Toplum Örgütleri İçin Kampanya Hazırlama Rehberi. Dünyadan ve Türkiye’den İyi Kampanya Örnekleri</i> . Sivil Toplum Geliştirme Merkezi. E-kitap.					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav: % 40 Final: % 60					

**PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE
DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU**

	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10
ÖK1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
ÖK2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
ÖK3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
ÖK4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
ÖK5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
ÖK6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
ÖK: Öğrenme Kazanımları					PÇ: Program Çıktıları					
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük		2 Düşük		3 Orta		4 Yüksek		5 Çok Yüksek	

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

[illegible]