



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM FAKÜLTESİ



MÜFREDAT FORMU
Ders İzlenesi

Sayı :
Diploma Program Adı : TIBBİ DOKÜMANTASYON VE SEKRETERLİK, ÖNLİSANS PROGRAMI, (AÇIKÖĞRETİM)
Akademik Yıl : 2016 - 2017

Tarih : 11.10.2016

Ders Adı		HALKLA İLİŞKİLERE GİRİŞ				Ders Kodu	TDAO1007
Yarıyıl	Teorik Saati	Uygulama Saati	Laboratuvar Saati	Kredisi	AKTS	Dersin Dili	Dersin Türü
1	2	0	0	2	4	Türkçe	Seç.
Derse Kabul Koşulları		Koşul Mevcut Değil					
Devam Zorunluluğu		Teorik		Uygulama		Laboratuvar	
Dersi Veren(ler)		Yrd. Doç. Dr. SELÇUK BORA ÇAVUŞOĞLU,					
Dersin Amacı		Derste ele alınacak bir diğer konular da halkla ilişkilerde hedef kitlenin önemi ve halkla ilişkilerajansları ile çalışma koşulları olacaktır.					
Dersin İçeriği (Kısa Tanım)		"Bu derste halkla ilişkiler kavramı tartışılarak, konunun tarihçesi üzerinde durulacak ve halkla ilişkiler alanının diğer bağlantılı olduğu alanlarla karşılaştırmalı olarak ele alınacaktır. Derste halkla ilişkiler uzmanını nitelikleri, kurum içi halkla ilişkiler uygulamaları ve halkla ilişkiler kampanyasının teorik aşamaları anlatılacaktır. Derste ele alınacak bir diğer konular da halkla ilişkilerde hedef kitlenin önemi ve halkla ilişkilerajansları ile çalışma koşulları olacaktır. "					
Dersin Öğrenme Çıktıları		"Dersi tamamlayan öğrenciler; 1- Halkla ilişkileri tanımlayarak, ilişkili olduğu alanlardan ayırd edebilir. 2- Dünyadaki ve Türkiye'deki tarihsel gelişimi hakkında bilgi aktarabilir. 3- Bir halkla ilişkiler uzmanının sahip olması gerektiği nitelikleri derinlemesine tartışabilir.4- Halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunan kuruluşların hangi halkla ilişkiler modelini uyguladığını anlayabilir.5- Halkla ilişkilerde kampanya aşamalarını detaylı olarak tartışabilir.6- Halkla ilişkilerde bütçeleme yapabilir.7- Kurum içi iletişime yönelik verileri aktarabilir."					
Öğretim Yöntemleri		"e-Ders Kitabı, e-Ders sunumu, Ders videosu."					

<p>Dersin Öğrenme Çıktılarının Program Yeterliliklerine Katkısı</p>	<p>"Halkla İlişkilere Giriş dersinin öğrenme çıktıları, iletişim alanındaki tarihi, teorik, kavramsal, ve hukuki yaklaşımları öğrenme ve uygulayabilme, kültürün teşekkülü ve değişimi süreçlerine dair bilgi sahibi olabilme, küresel ve yerel medya sektörlerinin yapı ve işleyiş bilgisine sahip olabilme gibi program yeterliliklerine orta düzeyde bir katkı sağlarken; reklâm çözümlerini yapabileme, siyasi iletişim sahasında bilgi sahibi olarak siyasi kampanyalar yapabileme ve kamu diplomasisi araçlarını kullanabilme, iktisadın temel kavramlarını bilme ve alanında uygulamalı tahliller yapabileme, siyaset, güç ve iktidar kavramlarını bilme gibi düşük seviyede bir katkı sunmaktadır. Dersin öğrenme çıktılarının; teorik ve uygulamalı olarak bir bilimsel araştırmanın nasıl yapılacağı bilgisine sahip olabilme, kurumsal iletişim yönetimini ilgilendiren uygulama ve değerlendirme bilgisine sahip olabilme, reklâm ve tanıtım kampanyalarını oluşturup uygulayabilme, iletişim araştırmalarında kullanılan nitel ve nicel araştırmaları ve özelliklerini kavrayabilme, araştırma yapma bilgi, birikim ve tecrübe kazanabilme, topluluk önünde sunum yapabileme, fikirlerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışmasında yer alabilme ve karşılaşılan problemlerin çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim tecrübeleri elde edebilme gibi program yeterliliklerine yüksek düzeyde bir katkısı olmakla birlikte; halkla ilişkiler temel kavramlarını edinme ve uygulamaya aktarabilme, halkla ilişkiler alanına giren her türlü iletişim çalışmasını gerçekleştirebilme, bireysel ve kurumsal sosyal sorumluluğun şuurunda olarak iletişim kampanyaları gerçekleştirebilme, sponsorluk projeleri hazırlayabilme, halkla ilişkiler disiplininin irtibatlı olduğu diğer disiplinlerin temel kavramlarını kavrayabilme ve halkla ilişkiler disipliniyle olan bağlantılarını kurabilme, halkla ilişkiler disiplinden edindiği bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasî iletişim, sağlık iletişimi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilme, halkla ilişkiler mesleğinin gerektirdiği etik kodların farkında olma ve bu etik kodlara uygun biçimde davranabilme, ulusal ve uluslararası sahalarda halkla ilişkiler disiplini ile bağlantı olabilecek güncel olay ve durumları takip edebilme ve halkla ilişkiler disiplini perspektifinden değerlendirebilme, Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medyayla ilişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişimi, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplininin önemli çalışma alanlarıyla ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilme, halkla ilişkiler disiplinine yönelik araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerini kavrayabilme ve uygulayabilme, halkla ilişkiler uygulamalarını gerçekleştirmeyi sağlayacak bilgi, birikim, ehliyet ve tecrübeleri kazanabilme, halkla ilişkiler disiplini ve ilişkili olduğu diğer disiplinlerden edindiği bilgileri kullanarak stratejik düşünebilme ve stratejiler üretebilme kabiliyeti kazanabilme şeklindeki program yeterliliklerine çok yüksek katkısı söz konusu olmaktadır. "</p>
<p>Kaynaklar</p>	

<p align="center">DERSİN DEĞERLENDİRME SİSTEMİ</p>		
<p>Çalışma</p>	<p>Sayı</p>	<p>Katkı Payı</p>
Ödevler	0	0
Sunum	0	0
Arasınavlar (Hazırlık Süresi Dahil)	1	20
Proje	0	0
Klinik Uygulama	0	0
Laboratuar	0	0
Arazi Çalışması	0	0
Diğer Uygulamalar	0	0
Kısa Sınavlar	0	0
Dönem Ödevi / Projesi	0	0
Portfolyo Çalışmaları	0	0
Raporlar	0	0
Öğrenme Günlükleri	0	0
Bitirme Tezi/Projesi	0	0
Seminer	0	0
Diğer	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı (Hazırlık Süresi Dahil)	1	80
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARIN BAŞARI NOTUNA KATKISI		20
YARIYIL SONU SINAVININ BAŞARI NOTUNA KATKISI		80
TOPLAM		100

DERSİN DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Çalışma	Sayı	Katkı Payı
---------	------	------------

AKTS - İŞ YÜKÜ TABLOSU

Etkinlikler	Sayı	Süre	Kredi İş Yüğü
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Çalışma Süresi	14	4	56
Ödevler	0	0	0
Sunum	0	0	0
Arasınavlara (Hazırlık Süresi Dahil)	1	10	10
Proje	0	0	0
Klinik Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Arazi Çalışması	0	0	0
Diğer Uygulamalar	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı (Hazırlık Süresi Dahil)	1	10	10
Kısa Sınavlar	0	0	0
Dönem Ödevi / Projesi	0	0	0
Portfolyo Çalışmaları	0	0	0
Raporlar	0	0	0
Öğrenme Günlükleri	0	0	0
Bitirme Tezi/Projesi	0	0	0
Seminer	0	0	0
Diğer	0	0	0
Kredi İş Yüğü			104
Kredi İş Yüğü / 25			4.16
AKTS			4

HAFTALIK KONU BAŞLIKLARI

Hafta	Teori Konu Başlıkları
1	Öğrencilerle tanışma ve bir dönem boyunca anlatılacak konular hakkında öğrencilerin bilgilendirilmesi. Ders işleyiş tarzının anlatılması. Halkla ilişkiler kavramıyla ilgili görüş alışverişinde bulunulması
2	Halkla ilişkilerin çeşitli tanımları üzerinde durularak, halkla ilişkilerin tarihsel gelişimine kısa bir giriş yapılacaktır. Derste halkla ilişkilerin Türkiye'deki gelişimi tartışılacaktır. Derste üzerinde durulacak noktalar şunlar olacaktır:Halkla ilişkiler nedir?Halkla ilişkilere verilmek istenilen diğer isimler nelerdir?Halkla ilişkilere neden ihtiyaç duyulmuştur?
3	Bu derste halkla ilişkilerin sıkça karıştırıldığı veya bağlantı içerisine getirilen alanlarla olan ilişkisi tartışılarak bu alanlar açıklanacaktır. Ele alınacak konular şunlar olacaktır:Reklam nedir, halkla ilişkiler ile bağlantısı nedir?Propaganda kavramının tanımlanarak, halkla ilişkiler ile olan ilişkisinin açıklanması.
4	Bir önceki hafta anlatılan halkla ilişkilerin bağlantılı olduğu alanlar konusuna devam edilecek. Anlatılacak olan konular şunlar olacaktır:Lobicilik kavramının tanımlanması ve lobicilik ile halkla ilişkiler arasındaki ortak noktaların tartışılarak ele alınması.Pazarlamanın tanımlanarak, halkla ilişkilerin pazarlama ile ilişkisinin ele alınması.
5	5 İlk iki hafta anlatılanların kısa bir özeti yapıldıktan sonra halkla ilişkilerin tarihsel gelişiminde ortaya konulan süreçlere giriş yapılacaktır. Bu süreçler Grunig ve Hunt'un dört halkla ilişkiler modeli başlığı altında anlatılmaya başlanacaktır. Öncelikli olarak dört modelin tanıtılması ve benzerlik ile farklılıkların ortaya konulması gerçekleştirilecektir.

HAFTALIK KONU BAŞLIKLARI

Hafta	Teori Konu Başlıkları
6	Bu hafta organizasyon teorisi yaklaşımlarından olan Grunig ve Hunt'ın dört halkla ilişkiler modelini oluşturan, basın ajansı, kamuyu bilgilendirme, iki yönlü asimetrik ve iki yönlü simetrik modeller çeşitli örnekleriyle açıklanacaktır. Bu hafta anlatılacak olan konu basın ajansı modelinin tarihsel dönemi ve uygulamacısı olarak P.T. Barnum'un ele alınması, kamuyu bilgilendirme modelinin ortaya çıkışı, dönemin koşulları ve Ivy Lee'nin çalışmalarıdır.
7	Bu hafta Grunig ve Hunt'ın modellerinden iki yönlü asimetrik ve simetrik model anlatılacaktır: İki yönlü asimetrik model neyi içermektedir? sorusunun yanıtıyla birlikte, bu modelin temsilcisi olarak Edward Bernays'ın faaliyetleri değerlendirilecektir. İki yönlü simetrik model halkla ilişkilerin son aşamasını oluşturur mu? Bu model neyi içermektedir? gibi soruların kapsamı da ele alınacaktır.
8	Bu derste halkla ilişkilerin daha başarılı bir biçimde gerçekleştirilmesi için son olarak geliştirilen "mükemmel halkla ilişkiler teorisi" hakkında bilgi verilerek, gerçekten de mükemmel bir halkla ilişkiler uygulaması var mıdır? sorusuna yanıt aranmaya çalışılacaktır. Bu yapılırken de özellikle Türkiye uygulamaları göz önünde bulundurulmaya çalışılarak, öğrencilerin görüşleri alınacaktır.
9	Hedef kitle kavramına girişi yapılarak, hedef kitle ile bağlantılı konular ele alınacaktır. Derste ayrıca hedef kitleyi belirleme veya belirlememe durumunda olabilecekler değerlendirilecektir.
10	Bu hafta halkla ilişkiler kampanyası teorik yönden ele alınarak, bir kampanyanın aşamalarının neler olduğuna değinilerek, araştırma safhası anlatılacaktır
11	Halkla ilişkiler kampanyasının anlatılmasına devam edilerek, şu konulara açıklanacaktır: Planlama aşamasında yapılması gerekenler; stratejinin belirlenmesi, halkla ilişkiler bütçesinin hazırlanması, yaratıcı uygulamanın yapılması, kampanyanın uygulanması, kampanyanın değerlendirme aşaması, değerlendirme neden ihmal edilmekte, neden gereklidir?
12	Bu hafta kurum içi halkla ilişkiler-kurum içi iletişim konusu ele alınmaya çalışılacaktır. Her iki alan aynı anlama mı gelmektedir, yoksa kurum içi iletişim ve kurum içi halkla ilişkiler farklı alanlar mıdır? Bu konu değerlendirilerek, şu başlıklar ele alınacaktır: Kurum içi iletişim/kurum içi halkla ilişkiler bağlantısı. Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan yöntemler. Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan araçlar
13	Halkla ilişkiler uzmanı ve halkla ilişkiler ajansı ile çalışma konusu ele alınacaktır.
14	Bir dönem boyunca anlatılmış olan dersin genel olarak değerlendirilmesinin yapılması, öğrencilerle birlikte tartışma ortamının oluşturulması.

Hafta	Uygulama Konu Başlıkları
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARININ PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE İLİŞKİSİ

No	Program Yeterlilikleri	Puan
1	Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği bilincine sahip olabilme,	4
2	Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma.	4
3	Problemleri saptama, tanımlama, formüle etme ve çözme becerisine sahip olabilme.	5
4	Çalışma arkadaşlarına yardıma yatkındır.	5

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARININ PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE İLİŞKİSİ

No	Program Yeterlilikleri	Puan
5	Değişime ve yeniliğe açıktır	4
6	Alanında temel düzeyde bilgilere sahiptir.	4
7	Hasta ile etkin iletişim kurabilmek.	4
8	Sorumluluk sahibi olmak.	4
9	Kendisine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirir.	5
10	Öğrenme gereksinimlerine yönelik programlara katılıma açık olur.	5
11	Edindiği bilgi ve becerileri eleştirel olarak değerlendirir.	5
12	Eğitim teknolojilerinden farklı öğretim ortamlarında alana yönelik olarak yararlanabilmek	5

Katkı Derecesi : 1 düşük, 5 yüksek

İMZA