



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ  
GÖLPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

REKLAMCILIK

(2024 - 2025) Ders Bilgi Formu



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Halkla İlişkiler Kampanyaları ve Uygulamaları	REK234	4	3 + 0	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz Yüze Anlatım, Tartışma, Takım-Grup Çalışması, Beyin Fırtınası, Örnek Olay Yöntemi, Ödev, Soru-Cevap)				
Amaç	Halkla ilişkiler kampanyaları ve uygulamaları, kamuoyunu etkilemek ve hedef kitlelerin beğenisini kazanarak yürütülen her türlü çabaları içermektedir. Etkili bir kampanya ve uygulamasının kurumsal imaj üzerinde olumlu bir bakış açısı geliştirmesi amaçlanmaktadır. Dersin amacı bu kapsamda, başarılı iletişim yönetimi gerçekleştirerek, kurumun hedef kitle ve toplumla kuracağı bağlantıda sürecin profesyonel bir şekilde nasıl yönetilmesi gerektiğinin anlaşılmasını sağlamaktır.				
Ders İçeriği	Halkla İlişkiler Kampanyası, Kampanya Araştırması, Kampanya Planlaması, Kampanya Uygulaması, Kampanya Değerlendirmesi, Halkla İlişkiler Uygulamaları, Medya İlişkileri ve Duyurum Uygulamaları, Sorun Yönetimi ve Kriz Yönetimi Uygulamaları, İtibar, Kurumsal Kimlik ve İmaj Uygulamaları, Çalışan-Üye İlişkileri ve Toplumla İlişkiler Uygulamaları, Sponsorluk ve Etkinlik Yönetimi Uygulamaları, Finansal İşler Uygulamaları, Lobicilik Uygulamaları, Kamusal İşler ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları				
Ders Kaynakları	Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler (Alaeddin Asna), Halkla İlişkiler Nedir? (Filiz Balta Peltekoğlu), Halkla İlişkiler (Nuri Tortop, M. Akif Özer), Halkla İlişkiler ve Uygulama Alanları Yeni Eğilimler (Özgür Selvi, Zülfiye Acar Şentürk), Halkla İlişkiler (Kadir Canöz, Nilüfer Canöz), Düünden Bugüne Halkla İlişkiler (Metin Işık, Mustafa Akdağ)				

Hafta	Konu
1	Halkla İlişkiler Kampanyası
2	Kampanya Araştırması
3	Kampanya Planlaması
4	Kampanya Uygulaması
5	Kampanya Değerlendirmesi
6	Halkla İlişkiler Uygulamaları
7	Medya İlişkileri ve Duyurum Uygulamaları
8	Sorun Yönetimi ve Kriz Yönetimi Uygulamaları
9	İtibar, Kurumsal Kimlik ve İmaj Uygulamaları
10	Çalışan Üye İlişkileri ve Toplumla İlişkiler Uygulamaları
11	Sponsorluk ve Etkinlik Yönetimi Uygulamaları
12	Lobicilik Uygulamaları
13	Finansal İlişkiler Uygulamaları
14	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kamusal İşler Uygulamaları

Program Çıktıları

1	Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır.
2	Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmeye kullanma becerisine sahiptir.
3	Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
4	Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir.
5	Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
6	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır
7	Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir.
8	Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
9	Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır.
10	Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar.
11	Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
12	Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir.
13	Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13
Halkla ilişkiler kampanyalarını araştırır ve planlar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Halkla ilişkiler kampanyalarını uygular ve değerlendirir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Halkla ilişkiler uygulamalarının önemini kavrar ve süreci yönetir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Halkla ilişkiler uygulamalarını karşılaştırır ve açıklar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Halkla ilişkiler uygulamalarını örneklendirir ve stratejileri kavrar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-