



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	REK205	3	4 + 0	4,0	Zorunlu

Birim Bölüm Reklamcılık - Ön Lisans ()

Amaç

Ders İçeriği

Ders Kaynakları

Hafta	Konu
1	Halkla ilişkiler ve pazarlama
2	Halkla ilişkiler ile yakın ilişkili kavramlar
3	Halkla ilişkilerin uygulama alanları
4	Halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi ve halkla ilişkilerin ilkeleri
5	Halkla ilişkilerde iletişim, algı yönetimi ve kamuoyu
6	Halkla ilişkilerde uygulama; kampanya süreci
7	Halkla ilişkilerde uygulama; kampanya süreci II
8	Güncel halkla ilişkiler kampanyaları
9	Güncel halkla ilişkiler kampanyaları II
10	Halkla ilişkilerde ortam ve araçlar
11	Dijital halkla ilişkiler ve araçları
12	Dijital halkla ilişkiler ve araçları II
13	Kurumsal kimlik, kurumsal imaj ve kurumsal itibar
14	Kriz iletişimi ve yönetimi

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	14
Önceden planlanmış özel beceriler	Problem Çözme	2	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	1	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	1	14
Ara Sınav 1		1	1
Ödev 1		1	1
Ödev 2		1	1
Final		1	1
Ders İş Yüğü:		102	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		4	

Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir.
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir.
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- 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.
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar.
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kurumsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir.
- 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
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-