



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Kurumsal Sosyal Sorumluluk	HİT265	1	2 + 1	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Ön Lisans (Yüz Yüze Anlatım, Tartışma, Takım-Grup Çalışması, Beyin Fırtınası, Örnek Olay Yöntemi, Ödev, Soru-Cevap)				
Amaç	Dersin amacı, işletmelerin iç ve dış çevresiyle geliştirmiş olduğu iletişim çabaları içerisinde, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yer vermesinin kuruma ve topluma olan katkılarının yaratmış olduğu avantajları göstermektir. Kurumların, toplum yararını gözetmek, toplumsal sorunlara karşı duyarlı olmak, çevrelerine karşı sorumluluklarını yerine getirmek gibi görevlerinin olduğunun anlaşılmasını sağlayarak bu durumun kurum imajı ve itibarına olan etkilerini açıklamaktır.				
Ders İçeriği	KSS Kavramının Tanımlanması ve Kapsamı, KSS'nin Oluşumu ve Kurumsal İletişim Bağı, KSS Kapsamı ve Sınırları, KSS Kavramının Tarihsel Gelişim Süreci, KSS Alanları, KSS Stratejileri, KSS ile İlgili Genel Görüşler, KSS ve Pazarlama Uygulamaları, KSS Avantajları ve Dezavantajları, İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Alanları, KSS Bilincinin Artmasında Etkili Olan Faktörler, KSS Projelerinde Performans Uygulama Alanları, KSS Uygulamalarında STK ve Kurumsal Vakıfların Yeri, KSS'de Küresel Yaklaşım				
Ders Kaynakları	Farklı Bakış Açılımlarıyla Sosyal Sorumluluk (Elvettin Akman, Kenan Ören, H. Bahadır Eser), Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal İtibar (Mine Demirtaş), Tüm Boyutlarıyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Aslı Varol), Halkla İlişkiler ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk (Murat Koçyiğit), Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk- M. Nejat Özipek				

Hafta	Konu
1	KSS Kavramının Tanımlanması ve Kapsamı
2	KSS'nin Oluşumu ve Kurumsal İletişim Bağı
3	KSS Kapsamı ve Sınırları
4	KSS Kavramının Tarihsel Gelişim Süreci
5	KSS Alanları
6	KSS Stratejileri
7	KSS ile İlgili Genel Görüşler
8	KSS ve Pazarlama Uygulamaları
9	KSS Avantajları ve Dezavantajları
10	İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Alanları
11	KSS Bilincinin Artmasında Etkili Olan Faktörler
12	KSS Projelerinde Performans Uygulama Alanları
13	KSS Uygulamalarında STK ve Kurumsal Vakıfların Yeri
14	KSS'de Küresel Yaklaşım

**Program Çıktıları**

1	Halkla ilişkiler disiplininin ve ilişkili olduğu disiplinlerin temel kavramlarının önemini kavrayabilme ve disiplinler arasındaki ilişkileri kurabilir.
2	Düşüncelerini ve sorunlara ilişkin çözüm önerilerini yazılı ve sözlü olarak aktararak alanı ile ilgili konularda ilgili kişi ve kurumları bilgilendirir, ikna edici mesajlar oluşturabilir.
3	Tüketici davranışı ve etkili iletişim becerileri konusunda yeterli bilgi ve uygulama düzeyine sahip olarak iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir.
4	Kurumun iç ve dış paydaşlarıyla ilgili iletişim sorunlarını, edindiği işletme yönetimi ve organizasyon alanındaki temel bilgilerle zorlu koşullarda dahi tespit edebilir, tanımlayabilir, analiz edip uygulayabilir.
5	Uluslararası platformdaki mesleki gelişmeleri ve yabancı literatürü takip edebilecek, uluslararası iş çalışmalarında kullanılacak orta düzeyde yabancı dil bilgi yeterliliğine sahiptir.
6	Temel hukuk bilgisi üzerinde iletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahiptir. Üstlenilen iletişim çalışmalarında hukuki sorumlulukların bilinciyle hareket eder.
7	Kurum ya da ürün/hizmete yönelik imaj ve itibar oluşumuna katkı sağlayabilecek iletişim çalışmalarının yapılması süreçleri ile ilgili yeterli düzeyde kurumsal ve uygulama bilgisine sahiptir.
8	Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açılarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir.
9	Edinilen disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir.
10	Edinilen disiplinler arası bilgileri, yine disiplinler arası bilimsel ve mesleki çalışmaları destekleyecek biçimde kullanabilir.
11	Halkla ilişkiler ve tanıtım alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür,
12	Yapılacak iletişim çalışmalarında takım çalışmasına uygun olarak sorumlulukları üstlenebilir ve takım ruhu bilinci ile hareket edebilir.
13	Mesleki, ahlaki ve etik sorumluluk bilincine sahiptir.
14	Sponsorluk, sosyal sorumluluk, kamuoyu araştırmaları, imaj yönetimi, işletme yönetimi, hukuk, medya iletişimi, siyasi iletişim ve lobicilik, ekonomi, propaganda, gibi kavramları uygulayabilme becerisi kazanır.

**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	PÇ 14
Kurumsal sosyal sorumluluğun avantaj ve dezavantajlarını ilişkilendirir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSS stratejilerini uygular ve kapsamını belirler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSS'nin kurumsal iletişim ve pazarlama alanıyla olan ilişkisini açıklar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSS uygulamalarının işletmeler açısından önemini kavrar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSS'de küresel yaklaşımları değerlendirir ve KSS projeleri oluşturur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/341028>