



| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|-------------------------------|---|---------|----------|------|---------|
| Siyasal İletişim ve Lobicilik | HİT204 | 4 | 4 + 0 | 5,0 | Zorunlu |
| Birim Bölüm | Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Ön Lisans (Yüz yüze, tartışma, sunum anlatım) | | | | |
| Amaç | Siyasal iletişim ve Siyasal pazarlama çalışmaları ile modern yönetimlerde lobicilik kavramı özellikleri ve dünya örneklerinin aktarılması ve bu bağlamda yaratıcı, demokratik tartışma ortamı sağlanması bu dersin temel amacını teşkil etmektedir. | | | | |
| Ders İçeriği | Siyasal iletişim ve siyasal pazarlama kavramları, medya sistemleri ve halkla ilişkiler temelli teorik çerçevede örnek olaylarla beraber incelenecektir. | | | | |
| Ders Kaynakları | Oya TOKGÖZ (2014), Siyasal İletişimi Anlamak, İmge Yayınları, Ankara. | | | | |

| Hafta | Konu |
|-------|--|
| 1 | Siyasal İletişime İlişkin Temel Kavramlar |
| 2 | Siyasal İletişim Yakın Bilim Dalları |
| 3 | Siyasal Aktörler |
| 4 | Siyasal İletişim Türleri |
| 5 | Siyasal İletişim Türleri ve Medya Sistemleri |
| 6 | Siyasal Pazarlama |
| 7 | Siyasal Pazarlama |
| 8 | Siyasal Reklamcılık ve Halkla İlişkiler |
| 9 | Lobicilik tarihi ve çeşitli toplumlarda lobicilik |
| 10 | Dünyada ve Türkiye’de başlıca Lobicilik uygulamaları |
| 11 | Lobicilik ve Siyasal İletişim Kampanyaları |
| 12 | Uluslararası örgütlerde lobicilik ve yetkileri |
| 13 | Lobicilik Örnek Olay incelemeleri |
| 14 | Genel Değerlendirme |

| Ders İş Yüğü | Çalışma Türü / Öğretim Metotlar | Süresi (Saat) | Sayısı |
|---|---------------------------------|---------------|--------|
| Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme | Tartışmalı Ders | 2 | 14 |
| Dinleme ve anlamlandırma | Ders | 4 | 14 |
| Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim | Sınıf Dışı Çalışma | 2 | 14 |
| Ara Sınav 1 | | 5 | 1 |
| Final | | 12 | 1 |
| Ders İş Yüğü: | | 258 | |
| AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5): | | 10,12 | |

| 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 kullanılabilecek 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 kuramsal ve uygulama bilgisine sahiptir. |
| 8 | Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açlarına 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, siyasal 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 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Siyasal Kampanya Yönetimini bilir | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Siyaset kavramının iyi anlaşılması | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Lobicilik şirketlerinde çalışabilecek temel bilgileri edinme | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Siyasi olayları yeterli düzeyde değerlendirme | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Siyasal iletişim ve siyasal pazarlama kavramlarını halka ilişkiler temelinde değerlendirebilir | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/379784>