BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

SÖĞÜT MESLEK YÜKSEKOKULU

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

(2024 - 2025) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Tanıtım ve Promosyon Stratejileri	HİT223	2	3 + 0	4,0	Seçmeli

Birim Bölüm	Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Ön Lisans (Yüz yüze öğretim)
Amaç	Dersin amacı, tanıtım ve promosyonu tanımlayabilmek, bunların tarihini öğrenmek. Görsel ve yazılı medya gibi reklam mecraları için oluşturulan tanıtım ve promosyon stratejileri hakkında uzmanlık düzeyinde bir bilgi birikimine sahip olmak. Tanıtım ve promosyonun çeşitli mecralardaki biçimleri arsındaki farkları ortaya koyabilmek
Ders İçeriği	Bu derste küresel tanıtım ve promosyon stratejilerine kadar bir çok konuda teorik ve pratik bir reklamcılık anlayışı geliştirilecek ve halkla İlişkiler ve reklamcılık, kurumsal pazarlama iletişilimi bağlamında düşünülecektir.
Ders Kaynakları	Pazarlama İletişimi Yönetimi (Yavuz Odabaşı, Mine Oyman), Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi (Metehan Tolon, Asude Yasemin Zengin), Pazarlama İletişimi Kavramları (Mehmet Serdar Erciş), Pazarlama İletişimi Yönetimi (Yavuz Odabaşı, Mine Oyman), Pazarlama İletişimi (Nihal Paşalı Taşoğlu)

Hafta	Konu
1	Reklam, İletişim Kavramı ve Öğeleri
2	Reklam kampanyaları
3	Reklam kampanyaları ve tanıtım süreçlerinin yönetilmesi
4	Reklamcılık ve tanıtımda Karma elemanları
5	Reklam kavramı ve tarihi
6	Halkla İlişkiler ve Duyurum
7	Kişisel Satış
8	Ara sınav / Satış Tutundurma
9	Pazarlama Karması Unsurları ve Pazarlama İletişimi
10	Diğer Pazarlama İletişim Unsurları
11	Pazarlama İletişimi Etkinliklerinin Planlanması ve Organizasyonu
12	Pazarlama İletişimi Planlama Süreci
13	Pazarlama İletişimi Etkinliklerinin Örgütlenmesi
14	Final sınavı / Pazarlama İletişimi ve Etik

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 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, 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
Pazarlama iletişimi ile ilgili temel ilke ve uygulamaları tanımlar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama iletişimi özelliklerini açıklar ve pazarlama iletişimi karması elemanlarını sıralar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama iletişimi planlama sürecini ve etkinliklerini uygular	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İletişim sürecini yönetir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama iletişimi araçlarını kavrar ve etik yaklaşım sergiler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/403485