

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	PUBLIC RELATIONS / PUBLIC RELATIONS	
Ders Kodu / Course Code	UBYS1092014275	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	3.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Formal Education / Formal Education	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Kamu kurumları ve özel şirketlerin sundukları ürün ve hizmetlerin iç ve dış hedef kitleye tanıtımını yapmak, kurum ve markaya karşı sempati, ilgi oluşturmak ve bunu sürekli kılmak amacıyla oluşturulan Halkla İlişkiler departmanlarında istihdam edilecek ara elemanlara Halkla İlişkiler bilimsel temel bilgileri vermek, Halkla İlişkiler biliminin temellerini, doğuş nedenlerini, önemini ve ilkelerini kavratmak. Mesleğin icrasında gerekli hedef kitle analizi, etkinlik tasarım ve yönetimi, medya ilişkileri hakkında donanımlı hale getirmek.	Public institutions and private companies offer products and services inside and outside the target audience to promote corporate and brand sympathy, to generate interest and sustain created in order to PR departments will be employed to intermediate members PR scientific basis to provide information. PR foundations of the science, the reasons for the emergence, importance and principles to comprehend. Practice of the profession in the required target audience analysis, event design and management, media relations equipped to make about.
İçeriği / Content	Derste halkla ilişkiler mesleğinin tanımı, doğuşu ve öneminin yanı sıra bu kavrama yakın diğer kavramlar incelenecek, farklar ortaya konulacak ve halkla ilişkiler mesleğini icra edebilmek için gerekli temel bilgiler verilecektir. Halkla ilişkiler biliminin temeli, doğuşu ve tarihsel gelişimi halkla ilişkiler departmanlarının yapılanması, meslek elemanlarında bulunması gereken özellikler, halkla ilişkilerde kullanılan basılı ve görsel araçlar bu dersin konusudur.	In the course of the definition of the profession of public relations, as well as the emergence and importance of this concept to other concepts will be examined closer, the differences will be set forth and to be able to practice the profession of public relations will provide basic information required. Foundations of the science of public relations, the emergence and historical development of the public relations department structuring, professional staff must have, features, public relations, print and visual tools used in this course is the subject.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	1- BALTA PELTEKOĞLU, Filiz (2012), Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Basım Yayım, İstanbul 2- KALYON, Yeşim. 2006. Halkla İlişkiler, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.	1- BALTA PELTEKOĞLU, Filiz (2012), What is PR?, Beta Press, İstanbul 2- KALYON, Yeşim. (2006), Public Relations, Nobel Release Distribution, Ankara.

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. Yasin DUVAN	
--	-----------------------	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	İletişimin iş hayatındaki gücünü özümser.	Absorb the power of communication in business life.
2	Kitle iletişim araçlarını ve kullanım metotlarını çözer.	Solves the mass media and methods of use.
3	Halkla ilişkiler ve tanıtım alanı ile ilgili sorunların çözümünde karar alır.	Public relations and publicity in solving problems related to the field of decision.
4	Alanı ile ilgili üstlendiği görev ve sorumlulukları yerine getirir.	Space-related fulfills his duties and responsibilities.
5	İletişim, halkla ilişkiler, reklam ve tanıtım alanındaki yasal ve etik değerleri insan haklarını da gözeterek uygular ve çözüm üretir.	Communications, public relations, advertising and promotion of human rights in the field of legal and ethical values are also cognizant and solutions.
6	Medya, halkla ilişkiler ve reklam ilişkisini planlar, projelendirir ve uygular.	Media, public relations and advertising relationships, plans and implements the project.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla ilişkiler kavramının tanımı, halkla ilişkilerin kapsamı ve içeriği, halkla ilişkilerin tarihçesi, dünyada halkla ilişkiler.				
	The definition of public relations, public relations, the nature and scope of the history of public relations, public relations in the world.				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Türkiye'de halkla ilişkiler, doğuşu, gelişimi, ilk örnekler, mesleki ve akademik yapılanma. Türkiye'de ve dünyada halkla ilişkiler eğitimi				
	In Turkey, public relations, the emergence, development, and initial samples, professional and academic structure. In Turkey and in the world of public relations education.				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla ilişkilerin önemi, iletişimin tanımı, kişilerarası iletişim-etkin iletişim, renkler, amblem, logo, slogan ve beden dili iletişimi				
	The importance of public relations, definition of communication, interpersonal communication-effective communication, colors, emblem, logo, slogan and body language communication.				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla ilişkiler ve reklam, halkla ilişkiler ve pazarlama, halkla ilişkiler ve tanıtım, halkla ilişkiler ve propaganda				
	Public relations and advertising, public relations and marketing, public relations and publicity, public relations and propaganda				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla ilişkilerin örgütlenme biçimi, halkla ilişkilerin yönetim fonksiyonu, halkla ilişkiler departmanlarının yapılanması				
	Form of organization of public relations, public relations management function, public relations departments structuring.				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla ilişkiler meslek elemanlarında bulunması gereken özellikler ile görev ve sorumlulukları, sunum, metin yazma.				
	Public relations professional staff with duties and responsibilities that must be included in the presentation, writing text.				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla ilişkiler meslek ilkeleri, halkla ilişkiler eğitimi				
	Principles of the profession of public relations, public relations education.				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara sınav				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla ilişkilerde hedef kitle, hedef kitlenin tanımı				
	In public relations audience, target audience definition.				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla ilişkilerde medya ile ilişkiler, halkla ilişkilerde mecra seçimi, etkin medya yönetimi ve takibi, sektörsel analiz ve medya uyumu.				
	In public relations and media relations, public relations selection of channels, effective media management and monitoring, sectoral analysis and media compatibility.				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurum İçi Halkla İlişkilerin tanımı, kapsamı, uygulama alanları. İç hedef kitlenin tanımı ve belirlenmesi.				
	Definition of Corporate Public Relations, scope and application areas. Internal target audience definition and determination.				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Haber nedir? Haber yazma teknikleri ve kuralları, haber ve fotoğraf uyumu ve seçimi				
	What is news? News writing techniques and rules, news, photos, adaptation and selection.				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Basın bülteni nedir? Basın bülteni türleri, basın bülteni yazarken uyulması gereken kurallar, örnek haber metinleri.				
	What is a press release? Types of press releases, press release writing rules to be followed, sample news text.				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla ilişkilerde organizasyon, organizasyon süreci, basın toplantıları, basın dosyası hazırlama, sergi, fuar, yarışmalar, özel organizasyonlar				
	In public relations organization, organizational process, press conferences, press file preparation, exhibitions, fairs, competitions, special events.				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	TV radyo yapımcı ve sunuculuk, haber yazma, toplantı yönetimi, seminer ve örnek olay analizleri				
	Week 15TV, radio producer and announcer, news writing, meeting management, seminars and case analysis.				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem sonu sınavı.				
	End-of-term exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Proje Hazırlama / Project Preparation	1	14.00	14.00
Bireysel Çalışma / Self Study	1	14.00	14.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	8	4.00	32.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	8	4.00	32.00
Toplam / Total:	20	40.00	96.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 96.00/30.00 = 3.20 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 96.00 / 30.00 = 3.20 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.İletişimin iş hayatındaki gücünü özümser. / Absorb the power of communication in business life.	2	2	3	4	2	2	3	5	1	1	3	1			
2.Kitle iletişim araçlarını ve kullanım metotlarını çözer. / Solves the mass media and methods of use.	2	3	2	3	5	3	2	3	1	1	4	1			
3.Halkla ilişkiler ve tanıtım alanı ile ilgili sorunların çözümünde karar alır. / Public relations and publicity in solving problems related to the field of decision.	2	2	3	3	3	2	4	4	1	1	3	2			
4.Alanı ile ilgili üstlendiği görev ve sorumlulukları yerine getirir. / Space-related fulfills his duties and responsibilities.	3	3	2	3	2	2	3	3	1	1	3	1			
5.İletişim, halkla ilişkiler, reklam ve tanıtım alanındaki yasal ve etik değerleri insan haklarını da gözeterek uygular ve çözüm üretir. / Communications, public relations, advertising and promotion of human rights in the field of legal and ethical values are also cognizant and solutions.	5	5	4	4	3	2	4	4	1	1	3	1			
6.Medya, halkla ilişkiler ve reklam ilişkisini planlar, projelendirir ve uygular. / Media, public relations and advertising relationships, plans and implements the project.	3	4	4	4	3	5	4	5	1	1	3	1			

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	2.1.1	2.1.2	2.1.3	2.1.4	2.1.5	2.1.6	2.1.7	2.1.8	2.1.9	2.1.10	3.1.1	3.1.2	3.2.1	3.3.1	3.3.2
1.İletişimin iş hayatındaki gücünü özümser. / Absorb the power of communication in business life.	3	1	1	1	5	2					2	2	1	4	5
2.Kitle iletişim araçlarını ve kullanım metotlarını çözer. / Solves the mass media and methods of use.	4	1	2	3	5	3					2	2	1	5	5
3.Halkla ilişkiler ve tanıtım alanı ile ilgili sorunların çözümünde karar alır. / Public relations and publicity in solving problems related to the field of decision.	4	2	2	2	5	3					2	2	1	5	5
4.Alanı ile ilgili üstlendiği görev ve sorumlulukları yerine getirir. / Space-related fulfills his duties and responsibilities.	4	2	2	2	5	3					2	2	2	5	5
5.İletişim, halkla ilişkiler, reklam ve tanıtım alanındaki yasal ve etik değerleri insan haklarını da gözeterek uygular ve çözüm üretir. / Communications, public relations, advertising and promotion of human rights in the field of legal and ethical values are also cognizant and solutions.	4	2	2	2	5	3					2	2	2	5	5
6.Medya, halkla ilişkiler ve reklam ilişkisini planlar, projelendirir ve uygular. / Media, public relations and advertising relationships, plans and implements the project.	5	2	2	2	5	3					2	2	2	5	5

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high