

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Bu dersin amacı; halkla ilişkilerle ilgili temel kavramlara, bağlantılı olduğu bilim dallarına, halkla ilişkiler personelinin niteliklerine, kriz yönetimi, itibar yönetimi ve hakla ilişkiler yöntemlerine yönelik bilgi ve beceriler kazandırmaktır.

Dersin İçeriği

Halkla ilişkilerle ilgili temel kavramlar, bağlantılı olduğu bilim dalları, halkla ilişkiler personelinin nitelikleri, kriz yönetimi, itibar yönetimi ve hakla ilişkiler yöntemleri.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Metin Kazancı (2021). Kamuda ve Özel Kuruluşlarda Halkla İlişkiler, Turhan Kitabevi. Okay, A. ve Okay, A. (2021). Halkla İlişkiler - Kavram, Strateji ve Uygulamaları, Genişletilmiş 11.Baskı, Der Yayınları. Akbulut, D. (2017). Halkla İlişkiler Perspektifinden Medya, Der Yayınları. Budak, G. ve Budak, G. (2004). Halkla İlişkiler-Davranışsal Bir Yaklaşım, Barış Yayınları-Fakülteler Kitabevi.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Anlatım Yöntemi, Soru- Cevap Tekniği.

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Her hangi bir husus yoktur.

Dersin Verilişi

Yüz-yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Burcu Gülsevil Belber

Program Çıktısı

1. Halkla ilişkilerin tanımını, amaçlarını ve yöntemlerini söyleyebilir.
2. Halkla ilişkilere yakın kavramları açıklayabilir.
3. Halkla ilişkilerin dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimini açıklayabilir.
4. Halkla ilişkiler personelinin niteliklerini açıklayabilir.
5. Kriz yönetimi ve itibar yönetimi ile ilgili yöntemleri açıklayabilir.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim	
		Laboratuvar	Metodları Teorik Uygulama
1	Pazarlama-Tutundurma ve Halkla İlişkiler Kavramları Arasındaki İlişkiler ile ilgili araştırma yapılması. Tekin, V.N. (2014). Pazarlama İlkeleri-Politikalar – Stratejiler – Taktikler, Seçkin Yayıncılık. Sf. 24-28, Sf. 34-35, Sf. 199-214. Taşkın, E. (2009). Pazarlama Esasları-Temel Pazarlama İlke ve Uygulamaları, Türkmen Kitabevi. Sf. 3-32, Sf. 166-247	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Öğretim elemanı tarafından dersin içeriği ve işlenişi ile ilgili bilgi verilmesi. Pazarlama-Tutundurma ve Halkla İlişkiler Kavramları Arasındaki İlişkiler
2	Pazarlama-Tutundurma ve Halkla İlişkiler Kavramları Arasındaki İlişkiler ile ilgili araştırma yapılması. Tekin, V.N. (2014). Pazarlama İlkeleri-Politikalar – Stratejiler – Taktikler, Seçkin Yayıncılık. Sf. 24-28, Sf. 34-35, Sf. 199-214. Taşkın, E. (2009). Pazarlama Esasları-Temel Pazarlama İlke ve Uygulamaları, Türkmen Kitabevi. Sf. 3-32, Sf. 166-247	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Pazarlama-Tutundurma ve Halkla İlişkiler Kavramları Arasındaki İlişkiler
3	Halkla İlişkiler Kavramının araştırılması. Okay, A. ve Okay, A. (2021). Halkla İlişkiler - Kavram, Strateji ve Uygulamaları, Genişletilmiş 11.Baskı, Der Yayınları, Sf. 1-16. Budak, G. ve Budak, G. (2004). Halkla İlişkiler-Davranışsal Bir Yaklaşım, Barış Yayınları-Fakülteler Kitabevi. Sf. 5-38.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla İlişkiler Kavramı

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları Teorik	
4	Halkla ilişkilerin Özellikleri ve İlkelerinin araştırılması. Budak, G. ve Budak, G. (2004). Halkla İlişkiler-Davranışsal Bir Yaklaşım, Barış Yayınları-Fakülteler Kitabevi. Sf. 179-192.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla ilişkilerin Özellikleri ve İlkeleri	
5	Halkla ilişkiler personelinin sahip olması gereken özelliklerin araştırılması. Özkan, A. (2009). Halkla İlişkiler Yönetimi, İstanbul Ticaret Odası Yayınları No: 2009-19. Sf. 143-158.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla ilişkiler personelinin sahip olması gereken özellikler	
6	Halkla ilişkilerde Planlama Sürecinin Araştırılması. Özkan, A. (2009). Halkla İlişkiler Yönetimi, İstanbul Ticaret Odası Yayınları No: 2009-19. Sf. 45-57.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla ilişkilerde Planlama Süreci	
7	Halkla ilişkiler ve Medya ilişkileri ile Yeni Medyanın Halkla İlişkiler Uygulamalarındaki Yerini Araştırma. Paşalı Taşoğlu, N. (2014). Pazarlama İletişimi-Bütünleşik Bir Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Sf. 179-188. Sevinç, S.S. (2018). Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya, Optimist Yayıncılık, Sf. 27-57, Sf. 161-173.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla ilişkiler ve Medya ilişkileri-Yeni Medyanın Halkla İlişkiler Uygulamalarındaki Yeri.	
8	Vize sınavına hazırlık.		Vize	
9	Halkla ilişkilerin dünyadaki ve Türkiye'deki gelişiminin araştırılması. Budak, G. ve Budak, G. (2004). Halkla İlişkiler-Davranışsal Bir Yaklaşım, Barış Yayınları-Fakülteler Kitabevi. Sf. 39-58. İmrik Tanyıldızı, N. ve Serttaş, A. (2013).Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri'nde Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi, The Journal of Academic Social Science Studies, 6(6), Sf. 567-584. Çalışır, G., Diker, E. Ve Türkal, İ. (Eds.) (2022). Halkla İlişkilere Giriş, Eğitim Yayınevi, Sf. 43-110.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla ilişkilerin dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimi	
10	Kriz yönetiminin araştırılması. Babür Tosun, N. (1999). Halkla İlişkilerin İşletmelerin Kriz Dönemlerindeki Rolü ve Önemi, Öneri Dergisi, 2(12), Sf. 251 – 254. Akdağ, M. (2005). Halkla İlişkiler ve Kriz Yönetimi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14, Sf. 1-21. Doğan, A. (2020). Kamusal Halkla İlişkiler ve Kriz Yönetimi: Maden İlçesi Örneğinde Bir Alan Araştırması, 30(2), Sf. 377-390. Yiğit Açıkgöz, F. (2025). Krizlerin Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkileri: Patisswiss Örneği, Yönetim Bilimleri Dergisi, 23(55), Sf. 359-381.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Kriz yönetimi	
11	Basın bildirisi ve basın toplantısı konularının araştırılması. Budak, G. ve Budak, G. (2004). Halkla İlişkiler-Davranışsal Bir Yaklaşım, Barış Yayınları-Fakülteler Kitabevi. Sf. 155-158. Geçikli,F. (2024), Halkla İlişkiler ve İletişim, 6. Baskı, Beta Yayınları, Sf. 90-93.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla ilişkiler yöntemleri. Basın Bildirisi-Basın Toplantısı	
12	Lobicilik konusunun araştırılması. Aslan, S. (2009). Siyasal İktidarı Etkileme Yöntemlerinden Biri Olarak Lobicilik, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23, Sf. 113-121. Canöz, K. (2007). Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Lobicilik: Ankara Ticaret Odası (ATO) Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla ilişkiler yöntemleri. Lobicilik	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları Teorik	
13	Propaganda konusunun araştırılması. Budak, G. ve Budak, G. (2004). Halkla İlişkiler-Davranışsal Bir Yaklaşım, Barış Yayınları-Fakülteler Kitabevi. Sf. 15-20. Canöz, K. (2007). Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Lobicilik: Ankara Ticaret Odası (ATO) Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla ilişkiler yöntemleri. Propaganda	
14	Eğitim-Sergi-Fuar-Festivaller konularının araştırılması. Akarpınar, B. (2004). Tarım Toplumundan Sanayi Toplumuna Geçişte Panayır-Sergi-Fuar-Festivalin Durumu ve Türkiye Örneği, Millî Folklor Dergisi, 16 (64), Sf. 25-36. Samancıoğlu,E. (2020). Fuar-Marka Şehir ilişkisi: İzmir Enternasyonal Fuarı Üzerine Tarihsel Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sf. 13-26. Bükülmez, T. (2019). Tutundurma Aracı Olarak Fuarlar: İşletmelerin Fuar Performansına Etki Eden Faktörler, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tazi, Sf. 10-37. Kınalıbaş, B. O. (2022). Fuar Organizasyonlarının Şehir Markası Üzerine Etkileri: Kütahya İhtisas Fuarı Önerisi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sf. 4-21.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla ilişkiler yöntemleri. Eğitim-Sergi-Fuar-Festivaller.	
15	Sponsorluk konusunun araştırılması. Taşdemir, E. (2001). Hedef Kitleye Ulaşmada Etkili Bir Araç: Sponsorluk, Selçuk İletişim, 2(1), Sf. 97-106. Bozkurt, H. ve Kartal, R. (2008). Spor Pazarlamasında Halkla İlişkiler ve Sponsorluk ilişkisi, Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 2(1), Sf. 23-33. Canöz, K. ve Doğan, İ. (2015). İmaj Oluşturma Aracı Olarak Sponsorluk, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 3(9), Sf. 19-39.	Anlatım Yöntemi, Soru-Cevap Tekniği, Tartışma Yöntemi.	Halkla ilişkiler yöntemleri. Sponsorluk.	
16	Final sınavına hazırlık.		Final	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Vize	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	3	3,00
Final	1	1,00
Final Sınavı Hazırlık	5	4,00
Derse Katılım	14	3,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	3,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	3	14,00
Araştırma Sunumu	7	3,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10
Ö.Ç. 1			4					4		
Ö.Ç. 2			4						4	
Ö.Ç. 3					4				4	
Ö.Ç. 4					4			4		
Ö.Ç. 5			4							

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Kamu Yönetimi ve Kamu Politikasına ilişkin kuramsal alt-yapı edinir.
- P.Ç. 2 :** Sosyal Bilimlerde araştırma yöntemlerini öğrenir ve uygulama becerisi kazanır.
- P.Ç. 3 :** Stratejik yönetim, kriz yönetimi, risk yönetimi gibi yönetim biçimleri hakkında uygulama düzeyinde bilgi edinir.
- P.Ç. 4 :** SPSS programını temel analizleri yapacak düzeyde kullanma becerisi edinir.
- P.Ç. 5 :** Kendi başına bilimsel araştırma yeteneği kazanır.
- P.Ç. 6 :** Ulusal ve uluslararası siyasi gelişmeleri takip edebilme becerisi kazanır.
- P.Ç. 7 :** Siyasal ve yönetsel sistemlerin unsurlarını analiz eder ve bu unsurlardan hareketle kurumsal sistemler tasarlar; kurumsallaşma sürecinde etkili olan karar alma ve eş güdüm mekanizmalarının işleyiş sürecini etkin kılma becerisine sahip olur,
- P.Ç. 8 :** Etik değerleri hayatının her aşamasında ve özellikle mesleki yaşantısında temel değerler olarak benimseme bilincini kazanır,
- P.Ç. 9 :** Yaşam boyu öğrenme bilincine sahip olur.
- P.Ç. 10 :** Kamu yönetiminde kuramsal alt yapı kazanır.
- Ö.Ç. 1 :** Halkla ilişkilerin tanımını, amaçlarını ve yöntemlerini söyleyebilir.
- Ö.Ç. 2 :** Halkla ilişkilere yakın kavramları açıklayabilir.
- Ö.Ç. 3 :** Halkla ilişkilerin dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimini açıklayabilir.
- Ö.Ç. 4 :** Halkla ilişkiler personelinin niteliklerini açıklayabilir.
- Ö.Ç. 5 :** Kriz yönetimi ve itibar yönetimi ile ilgili yöntemleri açıklayabilir.