

İndirilme Tarihi

01.10.2026 12:15:28

KPİ507 - PUBLIC RELATIONS - Sosyal Bilimler Enstitüsü - Kamu Politikası ve İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

General Info

Objectives of the Course

The aim of the course is to gain knowledge and skills about the basic concepts of public relations, the science branches of which it is related, the qualifications of public relations personnel, crisis management, reputation management and public relations methods.

Course Contents

Basic concepts of public relations, branches of science which related to public relations, qualifications of public relations personnel, crisis management, reputation management and methods of public relations.

Recommended or Required Reading

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.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Narrative Method, Question-Answer Technique.

Recommended Optional Programme Components

There is no issue.

Presentation Of Course

Face-to-face

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Assoc. Prof. Dr. Burcu Gülsevil Belber

Program Outcomes

1. can say the definition, objectives and methods of public relations.
2. can explain the concepts close to public relations.
3. can explain the development of public relations in the world and Turkey.
4. can explain the characteristics of public relations personnel.
5. can explain the methods related to crisis management and reputation management.

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Conducting research on the relationships between marketing-promotion and public relations concepts. 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		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Providing information about the content and process of the course by the instructor. Relations Between Marketing-Promotion and Public Relations Concepts	
2	Conducting research on the relationships between marketing-promotion and public relations concepts. 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		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Relationships Between Marketing-Promotion and Public Relations Concepts	
3	Researching the Concept of Public Relations. 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.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Public Relations Concept	

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
4	Research on the Characteristics and Principles of Public Relations. Budak, G. ve Budak, G. (2004). Halkla İlişkiler-Davranışsal Bir Yaklaşım, Barış Yayınları-Fakülteler Kitabevi. Sf. 179-192.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Features and Principles of Public Relations	
5	Research on the characteristics that public relations personnel should have. Özkan, A. (2009). Halkla İlişkiler Yönetimi, İstanbul Ticaret Odası Yayınları No: 2009-19. Sf. 143-158.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	The qualities that public relations personnel should have.	
6	Researching the Planning Process in Public Relations. Özkan, A. (2009). Halkla İlişkiler Yönetimi, İstanbul Ticaret Odası Yayınları No: 2009-19. Sf. 45-57.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Planning Process in Public Relations	
7	Researching Public Relations and Media Relations and the Place of New Media in Public Relations Practices. 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.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Public Relations and Media Relations-The Place of New Media in Public Relations Practices.	
8	Preparation for the midterm exam.			Midterm exam	
9	Researching the development of public relations in the world and in Türkiye. 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.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	The development of public relations in the world and in Türkiye	
10	Research on crisis management. 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: Patiswiss Örneği, Yönetim Bilimleri Dergisi, 23(55), Sf. 359-381.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Crisis management	
11	Researching press release and press conference topics. 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.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Public Relations Methods. Press Release-Press Conference	
12	Investigating the issue of lobbying. 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.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Public relations methods. Lobbying	
13	Research on the subject of propaganda. 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.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Public relations methods. Propaganda	

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
14	Research on Education-Exhibition-Fair-Festivals. 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 İlişkisi: 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.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Public relations methods. Education-Exhibitions-Fairs-Festivals.	
15	Researching the issue of sponsorship. 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 İlişkisi, 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.		Lecture Method, Question-Answer Technique, Discussion Method.	Public relations methods. Sponsorship.	
16	Preparation for the final exam.				Final Exam

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
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

Assesments

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10
L.O. 1			4					4		
L.O. 2			4						4	
L.O. 3					4				4	
L.O. 4					4			4		
L.O. 5			4							

Table :

- P.O. 1 :** Acquires a theoretical foundation in Public Administration and Public Policy.
- P.O. 2 :** Learns research methods in the social sciences and acquires practical application skills.
- P.O. 3 :** Acquires practical-level knowledge on management models such as strategic management, crisis management, and risk management.
- P.O. 4 :** Acquires the skill to use the SPSS program at a level to perform basic analyses.
- P.O. 5 :** Acquires the ability to conduct independent scientific research.
- P.O. 6 :** Acquires the ability to monitor national and international political developments.
- P.O. 7 :** Analyzes the components of political and administrative systems and designs institutional systems based on these components; gains the ability to make the operation process of decision-making and coordination mechanisms effective during the institutionalization process.
- P.O. 8 :** Gains the consciousness of adopting ethical values as fundamental values at every stage of life and particularly in professional life.
- P.O. 9 :** Possesses the consciousness of lifelong learning.
- P.O. 10 :** Acquires a theoretical foundation in public administration.
- L.O. 1 :** can say the definition, objectives and methods of public relations.
- L.O. 2 :** can explain the concepts close to public relations.
- L.O. 3 :** can explain the development of public relations in the world and Turkey.
- L.O. 4 :** can explain the characteristics of public relations personnel.
- L.O. 5 :** can explain the methods related to crisis management and reputation management.