

HALKLA İLİŞKİLER BÖLÜM BİLGİ PAKETİ

Program Profili

Halkla ilişkiler bir iletişim disiplini. Bu disiplin, sosyal psikoloji, ekonomi, siyaset, nörobilim gibi çeşitli disiplinlerle yakın ilişki içinde olan disiplinler arası bir yapıya sahiptir. Yapı içinde, ürünler, kurumlar, hizmetler, markalar ile ilgili algılar yaratılır, yönetilir ve ölçülür. Reklamda, konvansiyonel veya dijital iletişim araçları kullanılırken, halkla ilişkilerde bu araçların yanı sıra etkinlikler, yüz yüze iletişim ve duyurum gibi araçlar da kullanılarak bir algı değişimi yaratılmaya çalışılır.

Bölümde, tanıtım alanında tüketiciden elde edilen veriye dayalı iç görünümün bulunması, tanıtım içeriğine dönüştürülmesi, hedeflenen kitlenin planlanması ve sonuçlarının ölçülmesi için gereken araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarında yer alan süreçlerin nasıl işlediğine yönelik kuramsal ve sektör profesyonelleri tarafından desteklenen uygulamalı dersler bulunmaktadır.

Halkla ilişkiler dersleri ise, kurumsal iletişim bakış açısı ile, imaj-itibar oluşturulması, kriz iletişimi, küresel iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi alanlarda, sektör profesyonellerinin desteğini de alarak, kuramsal ve uygulamalı olarak yürütülmektedir.

Yeterlilik Koşulları ve Kuralları

Öğrencinin programdaki tüm derslerini başarmış olması, FF, FD ya da K notunun olmaması gerekir. Bu programda öğrencinin asgari 120 AKTS (lisans için 240) kredisini sağlaması ve genel not ortalamasının 4,00 üzerinden en az 2,00 olması gerekmektedir. Bu programda 30 gün staj zorunluluğu bulunmaktadır.

Üst Derece Programlarına Geçiş

Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi tarafından gerçekleştirilen Dikey Geçiş Sınavı'nda yeterli puanı almak koşuluyla alanıyla ilgili lisans programlarına ya da Uzaktan Eğitim Sistemleri'nin lisans tamamlama programlarına başvurabilir.

Program Yeterlilikleri (Çıktıları)

#	Program Yeterlilikleri (Çıktıları)
1	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarına ilişkin yasa ve mevzuatın bilincinde olur ve bunlara uygun davranır.
2	Alanın dinamiklerine bütünlük bir bakış açısı ile yaklaşabilir; yaratıcı ve eleştirel

#	Program Yeterlikleri (Çıktıları)
	düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirir.
3	Sosyal bilimler alanında ortaöğretimde kazanılan bilgi, beceri ve yetkinlikler üzerine inşa edilmiş, halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili kavramları ve kavramlar arası ilişkileri açıklar.
4	Bilimsel bilginin üretimi ile ilgili süreçleri yöntem ve teknikleri teşhis eder.
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanların en yeni bilgilerini içeren ders malzemeleri ve diğer kaynaklarla desteklenen ileri düzeyde kavramsal ve uygulamalı konularında bilgi sahibidir.
6	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili tüm paydaşların iletişim özellikleri ve yaşadığı iletişim sorunları konularında bilgi sahibidir.
7	İletişim ortam ve araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilme bilgisine sahiptir.
8	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında faaliyet gösteren kurumların yapısal ve yönetsel özelliklerini tanır.
9	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarının ulusal, uluslararası, kültürlerarası boyutlarını tanır.
10	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında edindiği ileri düzeydeki kavramsal ve uygulamalı bilgileri kullanır.
11	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilişkili olay ve olgular arasındaki ilişkileri, problemleri saptama ve açıklama becerisine sahiptir.
12	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili özgün fikirleri yaratıcı bir şekilde açıklar.
13	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını ya da farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve teknikleri geliştirir ve uygular.
14	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında bireysel ya da grup çalışmalarında sorumluluk alır ve alınan görevleri yerine getirir ya da bağımsız olarak yürütür.
15	Birey olarak yaratıcı ve güçlü yönlerinin farkına varır ve kullanır.

#	Program Yeterlikleri (Çıktıları)
16	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında edindiği bilgi ve becerileri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirir.
17	Öğrenme gereksinimlerini belirler ve bu gereksinimleri karşılar.
18	Bireysel ve ekip üyesi olarak mesleki gelişimine yönelik Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında etkinlikleri planlar ve yönetir.
19	Bilgiye ulaşma yollarını bilir, Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip eder ve kullanır.
20	Yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir.

Öğretim Elemanları

HALKLA İLİŞKİLER TANITIM PROGRAMI

Öğr. Gör. Coşkun DURSUN

Öğr. Gör. Aylin DERVİŞ

Alan Yeterlilikleri

#	Alan Yeterlilikleri
1	Alanı ile ilgili bireysel ya da grup çalışmalarında sorumluluk alır ve alınan görevi yerine getirir ya da bağımsız olarak yürütür.
2	Ortaöğretimde kazandığı yeterliliklere dayalı olarak; alanıyla ilgili kavramları ve kavramlar arası ilişkileri açıklar.
3	Alanıyla ilgili bilgi kaynakları ile kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanır.
4	Alanıyla ilgili olay ve olgular arasındaki ilişkileri tanıma ve açıklama becerisine sahiptir.
5	Alanıyla ilgili özgün fikirleri yaratıcı bir şekilde açıklar.
6	Kişi, grup, kitle ya da kurumların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını ya da farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji, yöntem ve teknikleri geliştirir ve uygular.

	İnkılâp Tarihi-II																				
HIT 1008	Halkla İlişkiler II	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
HIT 1006	Reklamcılık	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
HIT 1004	Pazarlama Yönetimi	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
HIT 1010	Halkla İlişkilerde Uygulama ve Örnek Olaylar	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
HIT 2099	Staj	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
HIT 2003	Kültürlerarası İletişim	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
HIT 2005	Görsel İletişim Tasarımı	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
HIT 2007	Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
HIT 2009	Yeni Medya	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4
HIT SEC 2011	Kişilerarası İletişim ve Beden Dili	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
HIT SEC 2013	Temel Fotoğrafçılık	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
HIT SEC 2017	İkna Edici İletişim	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
HIT SEC 2015	Reklam Yapım Teknikleri	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
HIT 2004	Marka Yönetimi	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
HIT 2002	Algılama Yönetimi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
HIT 2006	Sosyal Sorumluluk	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
HIT SEC 2008	Müşteri İlişkileri Yönetimi	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
HIT SEC 2010	Medya Okuryazarlığı	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
HIT SEC 2012	Sponsorluk Uygulamaları	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4
HIT SEC 2014	Örgütsel Davranış	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
HIT SEC 2016	Grafik Tasarım ve Reklam	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
HIT SEC 2018	Siyasal İletişim ve Lobicilik	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
HIT SEC 2020	Protokol Yönetimi	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

* 01: Çok düşük 02: Düşük 03: Orta 04: Yüksek 05: Çok yüksek

Alan Yeterlikleri & Prog. Yeterlik İlişkileri

Alan Yeterlilikleri	Program Yeterlilikleri																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	5	2	1	5	2	3	4	5	3	3	2	5	5	4	3	5	5	4	4	4
2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	5	5
3	3	3	4	4	3	3	4	5	4	3	4	2	4	3	5	3	4	5	4	4
4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	4	5	3	4	4	4
6	4	5	3	4	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	5	5	4	4	4
7	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3
8	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	3	4	4
9	2	3	3	4	4	3	3	5	5	2	3	2	3	4	5	4	3	2	3	3
10	3	4	3	4	3	3	4	5	3	2	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4
11	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	2	3	5	3	4	4
12	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	4	3	2	3	4	5	4	4	3	3
13	2	3	4	3	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3
15	2	3	3	2	2	3	4	5	3	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3

* 01: Çok düşük 02: Düşük 03: Orta 04: Yüksek 05: Çok yüksek

Mezuniyet Koşulları

Öğrencinin programdaki tüm derslerini başarmış olması, FF, FD ya da K notunun olmaması gerekir. Bu programda öğrencinin asgari 120 (Lisans için 240)AKTS kredisini sağlaması ve genel not ortalamasının 4,00 üzerinden en az 2,00 olması gerekmektedir. Bu programda 30 gün staj zorunluluğu bulunmaktadır.

İstihdam Olanakları

Mezunlarımızın halkla ilişkiler ve reklam ajanslarında, çeşitli sektörlerde yer alan kurumların halkla ilişkiler, kurumsal iletişim departmanlarında, ayrıca sivil toplum örgütleri, siyasal kuruluşlar, kamu sektöründe ve medya kuruluşlarında iş bulma imkânları vardır.

Ölçme ve Değerlendirme

Bu programda; ara sınav, ödev, alıştırmalar, proje, uygulama ve dönem sonu sınavı gibi farklı değerlendirme yöntemleri uygulanmaktadır. Değerlendirme yöntemleri arasında klasik sınav, çoktan seçmeli sınav, ev ödevi, performans değerlendirme ve ürün değerlendirme yer alabilir. Programdan mezun olmak için ağırlıklı genel not ortalamasının en az 2.00 olması gerekmektedir. Bir dersin notu, yukarıdaki unsurların değerlendirilmesi sonucunda belirlenir ve harf olarak verilir. Harf notları ve her bir notun katsayısı aşağıda belirtilmektedir.

Başarı Notu	KATSAYI
AA	4,0
BA	3,5

BB	3,0
CB	2,5
CC	2,0
DC	1,5
DD	1,0
FF	0,0

Kabul ve Kayıt Koşulları

Türk ve yabancı öğrenciler için genel kabul şartları programa başlamak için geçerlidir.

.

Önceki Öğrenmenin Tanınması

Öğrenciler, daha önce öğrenim gördükleri yurt içi veya yurt dışındaki diğer Yükseköğretim Üniversitesi'ne kesin kayıt yaptıran öğrenciler ilk hafta içinde başvurdukları takdirde kredi ve not transfer talepleri ilgili öğretim birimi yönetim kurulu tarafından değerlendirilerek bütün öğrenimini kapsayacak şekilde ve bir defaya mahsus olmak üzere karara bağlanır.