



**YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ DERS ÖĞRETİM PLANI**

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Dersin Türü (Z/S)	T+U+L (Saat/Hafta)	Kredi	AKTS	Eğitim Dili
HİR730	Sağlık İletişimi	SEÇMELİ HAVUZU	S	2+1+0	4	4	Türkçe

**DERS BİLGİLERİ**

<b>Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)</b>	Sağlık Yönetimi
<b>Dersin Amacı</b>	Sürekli değişen sağlık kurumlarında yöneticilik için yapılması gerekenleri tanımlayabilecektir
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans
<b>Öğretim Yöntemi</b>	(X) Örgün () Uzaktan
<b>Dersi Yürüten Öğretim Elemanları</b>	Dr. Öğr. Üyesi Esin Cerik
<b>Dersin Ön Koşulu Ders(ler)i</b>	Yok
<b>Kaynaklar</b>	Dilaver Tengili, Sağlık İşletmeleri Yönetimi, Nobel Akademik. Mehmet Emin Kurt, Sağlık Yönetimi, Eğitimi, Ekim Basım Yayım
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	1. Değişim odaklı sağlık kurumlarında; insanları, projeleri ve grupları yönetebileceklerdir 2. Birlikte çalıştığı ekibin sorumluluğunu alabilecek ve herkesin birbirine karşı hesap verebilir olmasını sağlayabilecektir 3. Kurumun etik, profesyonel ve örgütsel kurallar çerçevesinde sürdürülebilirliğini sağlayabilecektir 4. Kanıta dayalı yönetim ve karar verme süreçlerini uygulayabilecektir.

**DERS İÇERİĞİ**

<b>1.Hafta</b>	Dersin tanımı ve genel bilgiler
<b>2.Hafta</b>	Giriş ve Yönetimin Temelleri, Yönetim Fonksiyonları
<b>3.Hafta</b>	Sağlık Kurumlarında Planlama ve Organizasyon
<b>4.Hafta</b>	Sağlık Kurumlarında Yönelme ve Kontrol
<b>5.Hafta</b>	Sağlık Kurumlarında Örgüt Yapısı ve Örgütsel Tasarım
<b>6.Hafta</b>	Sağlık Kurumlarında İnsan Kaynakları Yönetimi
<b>7.Hafta</b>	Sağlık Kurumlarında Performans Yönetimi
<b>8.Hafta</b>	Ara Sınav
<b>9.Hafta</b>	Sağlık Kurumlarında Karar Verme Yöntemleri
<b>10.Hafta</b>	Sağlık Kurumlarında Stratejik Yönetim
<b>11.Hafta</b>	Sağlık Kurumları Yönetiminde Liderlik ve Çalışan Motivasyonu
<b>12.Hafta</b>	Sağlık Kurumlarında Etik ve Sosyal Sorumluluk
<b>13.Hafta</b>	Sağlık Kurumlarında Takım Çalışması ve Kalite
<b>14.Hafta</b>	Genel tekrar
<b>15. Hafta</b>	Final Sınavı

**DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ**

Dönem İçi Çalışma Etkinlikleri	Sayısı	Katkısı
<b>Ara Sınav</b>	1	%30
<b>Ödev</b>	1	%10
<b>Uygulama</b>		
<b>Forum</b>		%10
<b>Kısa sınav</b>		

<b>Dönemiçi Çalışmaların Yarıyıl Başarıya Oranı (%)</b>		%50
<b>Finalin Başarıya Oranı (%)</b>		%50
<b>Toplam</b>		%100

### DERS İŞ YÜKÜ TABLOSU

<b>Etkinlik</b>	<b>Toplam Hafta Sayısı</b>	<b>Süre (Haftalık Saat)</b>	<b>Toplam İş Yüğü</b>
<b>Teori</b>	14	3	52
<b>Uygulama</b>	14	1	14
<b>Okuma</b>	14	1	14
<b>İnternet Taraması, Kütüphane Çalışması</b>			
<b>Materyal Tasarlama, Uygulama</b>			
<b>Rapor Hazırlama</b>			
<b>Sunu Hazırlama</b>			
<b>Sunum</b>			
<b>Ara Sınav ve Ara Sınava Hazırlık</b>	1	10	10
<b>Final Sınavı ve Final Sınavına Hazırlık</b>	1	20	20
<b>Diğer</b>			
<b>Toplam İş Yüğü</b>			100
<b>Toplam İş Yüğü / 25 (s)</b>			100/25
<b>Dersim AKTS Kredisi</b>			≅ 4

### PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI KATKI DÜZEYLERİ

<b>No</b>	<b>Program Öğrenme Çıktıları</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	Halkla İlişkiler, reklam, pazarlama ve bütünleşik pazarlama iletişimi alanına ilişkin temel kavram, kuram, yöntem ve modellerini bilir.			X		
<b>2</b>	Alanında yapılan faaliyetlerle ilgili periyodik raporlama yapmasını ve halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili araştırma, planlama yapma yöntem ve tekniklerini bilir.				X	
<b>3</b>	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında hedef kitlelere uygun medya planlaması süreçlerini ve hedef kitleye uygun halkla ilişkiler ve reklam mesajları oluşturulmasını bilir.			X		
<b>4</b>	Örgütsel iletişim modelleri ve işleyişini ve halkla ilişkilerin bir yönetim fonksiyonu olduğunu bilir.			X		
<b>5</b>	Kurum ve kuruluşların tanıtımıyla ilgili medya ve dijital medya iletişim tekniklerini ve kriz yönetimi süreçlerini bilir.			X		
<b>6</b>	Reklamcılıkla ilgili yasal düzenlemeleri ve etik değerleri bilir.			X		
<b>7</b>	Kurum ve kuruluşların, tüm paydaşlara yönelik iletişim çalışmalarını yapar ve etkinliklerini düzenler.			X		
<b>8</b>	Reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarından pazarlama araştırmalarını yapma, tüketici davranışını araştırma ve bu araştırma verileri doğrultusunda planlama yapma becerisine sahiptir ve reklam mesajlarını, iletişim ortamlarının farklı özelliklerini dikkate alarak oluşturur.			X		
<b>9</b>	Halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarını yürütür ve medya reklam kampanyalarını planlar ve yürütür.			X		
<b>10</b>	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında dijital ortamlar, sosyal medyayı ve alanında güncel ve etkili sunum tekniklerini kullanır.			X		
<b>11</b>	Ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.			X		
<b>12</b>	Toplumsal gelişmeleri yakından izleyerek hedef kitle davranışlarındaki değişimleri araştırıp elde ettiği bilgileri halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarında kullanma yeteneğine sahiptir.			X		
<b>13</b>	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sorunları çözmek için bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alır ve yönetim becerisine sahiptir.				X	
<b>14</b>	Alanı ile ilgili projelerde ortaya çıkabilecek krizleri öngörür.				X	
<b>15</b>	Alanı ile ilgili gerekli durumlarda sorumluluk alarak ortaya çıkan sorunları çözer. Alanında faaliyet gösteren paydaşlarla iletişim kurar, sorunlarla ilgili				X	

	çözümler önerir.					
<b>16</b>	Halkla ilişkiler, kurumsal iletişim ve reklamcılık alanlarındaki yenilikleri sürekli takip ederek bu doğrultuda içerikler oluşturur.					X
<b>17</b>	Geleneksel ve dijital mecralardaki tüketici davranışlarını bilimsel yöntemlerle analiz etme ve bu mecraların kendine özgü dinamiklerini değerlendirme yetkinliğine sahiptir.					X
<b>18</b>	Alanı ile ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.					X
<b>19</b>	Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.			X		
<b>20</b>	Yaşam boyu öğrenme prensibini kendisine ilke edinerek, alanı ile ilgili gelişmeleri; yenilikleri, fikirleri, yöntem ve teknikleri düzenli olarak takip etme ve kendi çalışmalarında etkin bir şekilde kullanma yetkinliğine sahiptir.				X	

Not: 1-En düşük 5- En yüksek