



**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
GZT242	Kitle İletişim Kuramları II	6	Z	4+0+0	4	5	Türkçe

**DERS BİLGİLERİ**

<b>Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)</b>	KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI II
<b>Dersin Amacı</b>	Öğrenciye iletişim kuramları hakkında temel kavramlarını öğretmek ve iletişim kuramları ve uygulama alanları hakkında öğrencinin temel olarak bilgi sahibi olmasını sağlamaktır.
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans
<b>Öğretim Yöntemi</b>	( X ) Örgün ( ) Uzaktan
<b>Dersi Yürüten Öğretim Elemanları</b>	
<b>Dersin Ön Koşulu Ders(ler)i</b>	Kitle İletişim Kuramları I
<b>Kaynaklar</b>	Burak Özçetin, Kitle İletişim Kuramları, İletişim Yayıncılık
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	1. Kuram tanımını yapar. 2. Kuramların işlevlerini açıklayabilir. 3. İletişim kuramlarının uygulama alanlarını açıklayabilir. 4. İletişim kuramları hakkında bilgi sahibi olur..

**DERS İÇERİĞİ**

<b>1.Hafta</b>	Dersin tanımı ve genel bilgiler
<b>2.Hafta</b>	Kuram tanımı, tarihsel süreci, işlevi
<b>3.Hafta</b>	Kuram kavramı ve İletişim
<b>4.Hafta</b>	İletişim kuramları
<b>5.Hafta</b>	İletişim kuramları
<b>6.Hafta</b>	İletişim kuramları
<b>7.Hafta</b>	İletişim kuramları
<b>8.Hafta</b>	Ara Sınav
<b>9.Hafta</b>	İletişim kuramlarının uygulama alanları
<b>10.Hafta</b>	İletişim kuramları uygulama alanları
<b>11.Hafta</b>	İletişim kuramları uygulama alanları
<b>12.Hafta</b>	İletişim kuramları arasındaki farklılıklar
<b>13.Hafta</b>	Kuram geliştirme
<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>	2	%10
<b>Uygulama</b>		
<b>Forum</b>		%10
<b>Kısa sınav</b>		
<b>Dönemiçi Çalışmaların Yarıyıl Başarıya Oranı (%)</b>		%50

Finalin Başarıya Oranı (%)		%50
Toplam		%100

### DERS İŞ YÜKÜ TABLOSU

Etkinlik	Toplam Hafta Sayısı	Süre (Haftalık Saat)	Toplam İş Yüğü
Teori	14	4	56
Uygulama	-	-	-
Okuma	14	1	14
İnternet Taraması, Kütüphane Çalışması	3	10	30
Materyal Tasarlama, Uygulama	-	-	-
Rapor Hazırlama	1	5	5
Sunu Hazırlama	-	-	-
Sunum	-	-	-
Ara Sınav ve Ara Sınava Hazırlık	1	10	10
Final Sınavı ve Final Sınavına Hazırlık	1	10	10
Diğer			
<b>Toplam İş Yüğü</b>			125
<b>Toplam İş Yüğü / 25 (s)</b>			125/25
<b>Dersim AKTS Kredisi</b>			≅ 5

### PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI KATKI DÜZEYLERİ

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