



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
HIR472	İLETİŞİM ETİĞİ	7	Z	3+0+0	3	4	Türkçe

**DERS BİLGİLERİ**

<b>Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)</b>	İletişim Etiği
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı öğrencilerin iletişim etiği ve ahlak hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamaktır.
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans
<b>Öğretim Yöntemi</b>	( ) Örgün ( X ) Uzaktan
<b>Dersi Yürüten Öğretim Elemanları</b>	Dr. Öğr. Üyesi Simge Aksu
<b>Dersin Ön Koşulu Ders(ler)i</b>	Yok
<b>Kaynaklar</b>	
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ahlak kavramını tartışabilecektir.</li><li>Etik kavramını açıklayabilecektir.</li><li>Etik – iletişim- medya ilişkisini kurabilecektir.</li></ul>

**DERS İÇERİĞİ**

<b>1.Hafta</b>	Derse giriş ve tanıtım, Etik kavramı
<b>2.Hafta</b>	Etik ile ilgili temel yaklaşımlar
<b>3.Hafta</b>	Etik, toplum ve evrensel değerler
<b>4.Hafta</b>	Toplumda medyanın rolü ve sorumlulukları
<b>5.Hafta</b>	Mesleki becerilerin kullanımı ve etik
<b>6.Hafta</b>	Medyada etik ve tarafsızlık ilkesi
<b>7.Hafta</b>	Medyada gerçeklik olgusu
<b>8.Hafta</b>	Ara Sınav
<b>9.Hafta</b>	Söylem ve etik
<b>10.Hafta</b>	Medya, etik ve izleyici
<b>11.Hafta</b>	Özel yaşam ve mahremiyet
<b>12.Hafta</b>	Reklam ve etik
<b>13.Hafta</b>	Televizyon ve etik
<b>14.Hafta</b>	Yazılı basın ve etik
<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>	1	%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**

Etkinlik	Toplam Hafta Sayısı	Süre (Haftalık Saat)	Toplam İş Yüğü
Teori	14	3	42
Uygulama			
Okuma	10	1	10
İnternet Taraması, Kütüphane Çalışması	10	1	10
Materyal Tasarlama, Uygulama			
Rapor Hazırlama	1	5	5
Sunu Hazırlama	1	5	5
Sunum	1	2	2
Ara Sınav ve Ara Sınava Hazırlık	1	10	10
Final Sınavı ve Final Sınavına Hazırlık	1	15	15
Diğer			
Toplam İş Yüğü			94
Toplam İş Yüğü / 25 (s)			99/25
Dersim AKTS Kredisi			≅4

**PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI KATKI DÜZEYLERİ**

No	Program Öğrenme Çıktıları	1	2	3	4	5
1	Halkla İlişkiler, reklam, pazarlama ve bütünlük 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.			X		
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 çözümler önerir.					X
16	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.				<b>X</b>	
<b>18</b>	Alanı ile ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.					<b>X</b>
<b>19</b>	Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.					<b>X</b>
<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.			<b>X</b>		

Not: 1-En düşük 5- En yüksek

Bozok