



**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
HIR244	Halkla İlişkilerde Metin Yazarlığı	4	Z	2+1+0	3	4	Türkçe

**DERS BİLGİLERİ**

<b>Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)</b>	Halkla İlişkilerde Metin Yazarlığı
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı, halkla ilişkilerde kullanılan metin yazım araçlarını ve tekniklerini uygulamalı olarak öğrencilere aktarmaktır.
<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>	Yok
<b>Kaynaklar</b>	1. Halkla İlişkiler Yazarlığı, Sevil Bayçu, Nobel Bilimsel Eserler 2. İkna Odaklı Halkla İlişkiler Yazarlığı, Gonca Yıldırım, Beta Yayınları
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	1. Metin yazarlığının halkla ilişkiler faaliyetlerindeki rolünü ve önemini açıklayabilecektir. 2. Halkla ilişkiler yazarlığında kullanılan yazım tekniklerini tanımlayabilecektir. 3. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin yazım sürecini organize edebilecektir. 4. Hedef kitleleri ikna etmek amacıyla etkili mesajlar tasarlayabilecektir.

**DERS İÇERİĞİ**

<b>1.Hafta</b>	Dersin tanımı ve genel bilgiler
<b>2.Hafta</b>	Halkla İlişkilerde Metin Yazarlığının Rolü ve Önemi
<b>3.Hafta</b>	Halkla İlişkilerde Etkili Yazım Süreci
<b>4.Hafta</b>	Medya İlişkilerinde Kullanılan Yazım Türleri ve Haber Yazma Teknikleri
<b>5.Hafta</b>	Basın Bülteni Tasarlama ve Yazma
<b>6.Hafta</b>	Basın Bülteni Yazım Uygulaması
<b>7.Hafta</b>	Basın Toplantısı-Basın Bildirisi-Basın Mülakatı
<b>8.Hafta</b>	Ara Sınav
<b>9.Hafta</b>	Tanıtım Yazıları-Advertorial-El İlanları-Insert
<b>10.Hafta</b>	Konuşma Metinleri-İş Mektupları
<b>11.Hafta</b>	Sosyal çevre, fiziki çevre, sosyal kimlik
<b>12.Hafta</b>	Sosyal Medyada İçerik Üretimi
<b>13.Hafta</b>	Dijital Yazarlık
<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	2	28
Uygulama	14	1	14
Okuma	14	1	14
İnternet Taraması, Kütüphane Çalışması	10	1	10
Materyal Tasarlama, Uygulama	-	-	-
Rapor Hazırlama	1	10	10
Sunu Hazırlama	1	10	10
Sunum	1	1	1
Ara Sınav ve Ara Sınava Hazırlık	1	8	8
Final Sınavı ve Final Sınavına Hazırlık	1	8	8
Diğer			
<b>Toplam İş Yüğü</b>			103
<b>Toplam İş Yüğü / 25 (s)</b>			103/25
<b>Dersim AKTS Kredisi</b>			≅ 4

### 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.			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				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