



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
KAR001	KARİYER PLANLAMA	2	Z	1+0+0	1	2	Türkçe

DERS BİLGİLERİ

Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)	Kariyer kavramı kariyer planlaması kariyer planlamasının mesleki danışmanlıkla ilişkisi bireysel kariyer gelişimi özgeçmiş hazırlama ve özgeçmiş çeşitleri iş görüşmesi kariyer planlama süreci türk eğitim sisteminin kariyer planlaması doğrultusunda değerlendirilmesi kariyer danışmanlığının okullarda uygulanabilirliği yaşam boyu kariyer planlaması emeklilikte kariyer planlaması.
Dersin Amacı	Bu dersin amacı gelişim süreci içerisinde bireylerin ilgi, yetenek ve değerleri doğrultusunda bireyi tanıma, kariyer gelişim kuramlarına göre kariyeri planlama ve örgün eğitim sonrası kariyer planlamasında neler yapılabileceğine ilişkin bilgi ve becerilerin kazandırmasıdır.
Dersin Seviyesi	Lisans
Öğretim Yöntemi	(X) Örgün () Uzaktan
Dersi Yürüten Öğretim Elemanları	Dr. Öğr. Üyesi Simge Aksu
Dersin Ön Koşulu Ders(ler)i	Yok
Kaynaklar	Kuzgun, Y. (2003). Meslek Rehberliği ve Danışmanlığına Giriş. Ankara: Nobel Erdoğan, N. (2003). Kariyer Geliştirme. Ankara, Nobel Kulaksızoğlu, A. (2005). Ergenlik Psikolojisi. İstanbul Remzi Kuzgun, Y. (2003). Meslek Danışmanlığı Kuramlar Uygulamalar. Ankara: Nobel
Dersin Öğrenim Çıktıları	1. Öğrenciler kariyer planlamasının prensiplerini ifade eder. 2. Öğrenciler kariyer planlamasının yöntem ve tekniklerini kullanır ve karakter özelliklerinin meslek seçimine etkilerini tartışır. 3. Öğrenciler kariyer gelişimini açıklar. 4. Öğrenciler eğitsel derecelendirmeye göre kariyer gelişim süreci ve hizmetlerini planlar. 5. Kariyer planlamasında bireylere yaşam boyu yardımcı olur.

DERS İÇERİĞİ

1.Hafta	Derse Giriş
2.Hafta	Kariyer Nedir?
3.Hafta	Ulusal ve Uluslararası Değişim Programları
4.Hafta	Temel İletişim Becerileri
5.Hafta	Sektör Günleri – Sivil Toplum Kuruluşları
6.Hafta	İnce Yetenekler (Soft-Skills)
7.Hafta	Sektör Günleri –Kamu Sektörü
8.Hafta	Ara Sınav
9.Hafta	Diksiyon ve Beden Dili
10.Hafta	Özgeçmiş ve Kapak Yazısı Hazırlama
11.Hafta	Sektör Günleri – Özel Sektör
12.Hafta	Etkili Mülakat Teknikler
13.Hafta	Sektör Günleri – Akademi
14.Hafta	Sektör Günleri – Girişimcilik
15. Hafta	Final Sınavı

DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ

Dönem İçi Çalışma Etkinlikleri	Sayısı	Katkısı
Ara Sınav	1	%100

Ödev		
Uygulama		
Forum		
Kısa sınav		
Dönemiçi Çalışmaların Yarıyıl Başarıya Oranı (%)		%40
Finalin Başarıya Oranı (%)		%60
Toplam		%100

DERS İŞ YÜKÜ TABLOSU

Etkinlik	Toplam Hafta Sayısı	Süre (Haftalık Saat)	Toplam İş Yüğü
Teori	14	1	14
Uygulama			
Okuma			
İnternet Taraması, Kütüphane Çalışması	14	1	14
Materyal Tasarlama, Uygulama	1	10	10
Rapor Hazırlama			
Sunu Hazırlama			
Sunum			
Ara Sınav ve Ara Sınava Hazırlık	1	10	10
Final Sınavı ve Final Sınavına Hazırlık	1	10	10
Diğer			
Toplam İş Yüğü			58
Toplam İş Yüğü / 25 (s)			58/25
Dersim AKTS Kredisi			≅ 2

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 ilişkiler 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				
17	Geleneksel ve dijital mecralardaki tüketici davranışlarını bilimsel yöntemlerle analiz etme ve bu mecraların kendine özgü dinamiklerini değerlendirme yetkinliğine sahiptir.		X			
18	Alanı ile ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.			X		
19	Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.			X		
20	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

Bozok