

TARIM ve HALKLA İLİŞKİLER

1	Ders Adı:	TARIM ve HALKLA İLİŞKİLER
2	Ders Kodu:	TEK4728-SS
3	Ders Türü:	Seçmeli
4	Ders Seviyesi	Lisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	4
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	8
7	Dersin AKTS Kredisi:	3.00
8	Teorik Ders Saati (saat/Hafta)	3.00
9	Uygulama Ders Saati(saat/Hafta)	0.00
10	Laboratuvar Ders Saati (saat/hafta) :	0
11	Dersin Önkoşulu:	-
12	Dersin Dili:	Türkçe
13	Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze
14	Dersin Koordinatörü:	Yrd.Doç.Dr. İ.Bülent Gürbüz
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	-
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	bulent@uludag.edu.tr 0 (224) 2941591
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	Dersin amacı, günümüz işletmelerinde önemli yönetim işlevlerinden biri olan halkla ilişkiler alanına ilişkin kavramları aktarmak, halkla ilişkiler çalışmalarının işleyiş biçimini anlatmak ve halkla ilişkiler mesleğinin içerisinde yer alan temel bilgileri sunarak, kurumsal etkinliğin artırılmasındaki önemi konusunda öğrencileri bilinçlendirmektir.
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	Halkla İlişkilere ilişkin temel kavramları ve modelleri tanımlayabilmek, ilgili bilim dalları ile ilişkilendirebilmek
	2	Halkla İlişkilerde kullanılan araçları etkili düzeyde kullanabilmek
	3	Kuruma ve hedef kitlelere yönelik iletişim sorunlarını tanımlayabilmek, analiz edebilmek ve çözüm önerileri sunabilmek
	4	Halkla ilişkilerde araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerine hakim olabilmek.
	5	
	6	
	7	
	8	
	9	
	10	
21	Dersin İçeriği:	
Hafta	DERS İÇERİKLERİ	

	Teorik	Uygulama
1	Halkla İlişkilerin Tanımı ve Konusu, Tarihsel Gelişimi, Halkla ilişkilerin Amaçları	
2	Halkla İlişkilerin Temel İlkeleri, Hedef Kitle Kavramı	
3	Diğer Alanlar ve Halkla ilişkiler, İletişim ve Halkla İlişkiler, Pazarlama ve Halkla İlişkiler, Reklamcılık ve Halkla İlişkiler	
4	Kurumsal Reklamcılık ve Örnekleri, Propaganda ve Halkla İlişkiler, Lobicilik ve Halkla İlişkiler, Sosyal Sorumluluk ve Halkla İlişkiler	
5	Halkla İlişkiler Çalışmalarında Tanıma ve Tanıtma, Halkla ilişkilerde Tanımanın Önemi, Halkla İlişkilerde Tanıtma Yöntemleri	
6	Halkla İlişkilerde Tanıtmanın Önemi, Halkla İlişkilerde Tanıtma Yöntemleri	
7	Halkla ilişkilerde kurumsal imaj yaratma süreci ve Önemi, Kurumsal İmaj Kavramı, Kurum Kültürü Kavramı, Kurum Kimliği Kavramı, Kurumsal Kültür- Kimlik ve İmaj etkileşimi	
8	Ders Tekrarı+Ara sınav	
9	Halkla İlişkiler Çalışmalarında İki Temel Yön: Kurum İçi ve Kurum Dışı Halkla İlişkiler, Kurum İçi Halkla ilişkilerin Önemi, Kurum İçi İletişimin Yapısı, Kurum İçi Halkla ilişkiler de kullanılan Yöntemler	
10	Kurum Dışı Halkla ilişkilerin Önemi, Kurumun Yakın Dış Çevresi İle İletişim, Diğer Dış Çevre İle İletişimi, Müşterilerle İlişkiler	
11	Halkla İlişkiler Çalışmalarında Kullanılan Araçlar: Yazılı Araçlar, Yayın Araçları, Diğer Halkla İlişkiler Araçları	
12	Halkla İlişkiler Çalışmalarının Organizasyonu, Halkla ilişkiler Departmanları, Halkla İlişkiler Ajansları, Kuruluşun halkla ilişkiler strateji ve politikalarının belirlenmesi, Halkla İlişkilerde Proje Basamakları	
13	Halkla İlişkiler Uygulamalarında Ölçümleme ve Değerlendirme Süreci	
14	Tarım ve Gıda işletmelerinde Halkla İlişkiler uygulamaları ve Vaka Analizi	

22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	Ders Kitabı: Yok Diğer Kaynaklar: Ayla Okay, Aydemir Okay Erdoğan, Halkla İlişkiler Teori ve Uygulamaları, Der Yayınları, 2005. A. Bülend Göksel, Nilay Başok Yurdakul, Temel Halkla İlişkiler Bilgileri, Ege Üniversitesi Basım evi, 2002. Yardımcı Kaynaklar: Füsün Kocabaş, Müge Elden, Nilay Yurdakul, Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle, İletişim Yayınevi, 2002 Alison Theaker, Halkla İlişkilerin Elkitabı, MediaCat Kitapları, 2006. James E. Grunig, Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, Rota Yayın Yapım, 2005. A. Rıdvan Bülbül, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Nobel Yayın Dağıtım, 2000. Salim Kadıbeşegil, Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı?, MediaCat Kitapları, 1999. Filiz Balta Peltekoğlu, Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2001 Ceyda Aydede, Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları, MediaCat Anthony Davis, Halkla İlişkilerin ABC'si, MediaCat Kitapları, Nisan 2006 Terrence E. Deal, M.K. Key, Kurumiçi Halkla İlişkiler Kutlamalar, Ritüeller, Törenler, Ödüller, MediaCat Zeyyat Sabuncuoğlu, İşletmelerde Halkla İlişkiler, Aktüel Yayınları, 2004. İrfan Erdoğan, Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler, Erk Yayınları, Eylül 2005 Sema Yıldırım Becerikli, Uluslararası Halkla İlişkiler, Nobel Yayın Dağıtım, Eylül 2005 Ehling, P.W, White J. & Grunig E.J. (2005). Halkla İlişkiler ve Pazarlama Uygulamaları. Elif Özsayar (Çev), Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik. (379-416). James GRUNIG (Ed). İstanbul: Rota Yayınları.
----	---	--

23	Değerlendirme		
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI		SAYISI	KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav		1	20.00
Kısa Sınav		0	0.00
Ödev		1	20.00
Yıl Sonu Sınavı		1	60.00
Toplam		3	100.00
Yıl içi çalışmalarının Başarıya Oranı		40.00	
Finalin Başarıya Oranı		60.00	
Toplam		100.00	
Kullanılan Ölçme ve Değerlendirme Yaklaşımları			
24	AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU		

ETKİNLİK	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Teorik Dersler	14	3.00	42.00
Uygulamalı Dersler	0	0.00	0.00
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	1.00	14.00
Ödevler	1	20.00	20.00
Projeler	0	0.00	0.00
Arazi Çalışmaları	0	0.00	0.00
Arasınavlar	1	5.00	5.00
Diğer	0	0.00	0.00
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	8.00	8.00
Toplam İş Yüğü			94.00
Toplam İş Yüğü / 30 saat			2.97
Dersin AKTS Kredisi			3.00

25	PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE DERS ÖĞRETİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16
ÖK1	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK2	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK3	4	4	4	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK4	2	2	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK: Öğrenme kazanımlar PY: Program yeterlilikleri																
Katkı Düzeyi:	1 çok düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			