

## DERS BİLGİ FORMU

<b>DERSİN ADI</b>	<b>HALKLA İLİŞKİLER VE MESLEK UYGULAMALARI</b>			
<b>DERSİN SINIFI</b>	10. Sınıf			
<b>DERSİN SÜRESİ</b>	Haftalık 8 Ders Saati			
<b>DERSİN AMACI</b>	Bu derste öğrenciye; iş sağlığı ve güvenliği tedbirleri doğrultusunda, halkla ilişkiler kavramı, ilişkili olduğu alanlar, halkla ilişkiler yaklaşımı; organizasyon çeşitlerine uygun organizasyon düzenleme; halkla ilişkiler faaliyetlerini, yazılı ve sözlü araçları kullanarak kurum içi halkla ilişkiler; hedef kitleye yönelik tanıtım ve kampanya düzenleme ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır.			
<b>DERSİN ÖĞRENME KAZANIMLARI</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Halkla ilişkilerin ilişkili olduğu alanlarla ilgili benzer ve ayrılan yönlerini seçer.</li> <li>2. Normal zamanda ya da kriz anında plan hazırlarken proaktif ve reaktif iletişim yaklaşımıyla hareket eder.</li> <li>3. Kurumsal organizasyonlar, sosyal ve kültürel organizasyonlar, Ulusal ve uluslararası organizasyonlar, açılış-yıldönümü-ağırlama törenleri, eğitim kültür, bilimsel toplantılar, sergi ve fuarlar gibi organizasyon çeşitlerine uygun organizasyon yöntemlerini uygular.</li> <li>4. Basın kuruluşları ile iş birliği içinde basın bildirisi, basın bülteni, basın toplantısı, basın kokteyli ve basın gezisi hazırlanmasına/düzenlenmesine ve seçilen sponsorluk alanına göre sponsorluk faaliyetinin yürütülmesine ve kurumsal itibarı koruma yöntemlerini uygulamada yardımcı olur.</li> <li>5. Sözlü, yazılı-basılı kurum içi halkla ilişkiler araçlarını kullanarak kurum içi halkla ilişkileri gerçekleştirir.</li> <li>6. Halkla ilişkiler etiğine uygun tanıtım kampanyası ve marka yaratma çalışması yapar.</li> <li>7. Halkla ilişkiler kampanyasının araştırma, planlama, uygulama sürecinin sonunda değerlendirme raporu yazar.</li> </ol>			
<b>EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAM VE DONANIMI</b>	<p><b>Ortam:</b> Alan Ortak Atölye, Müşteri Temsilciliği Atölyesi, Organizasyon Sorumlusu Atölyesi, Çok Amaçlı Salon,</p> <p><b>Donanım:</b> Halkla ilişkiler alanı standart donanımları, yapılacak uygulama faaliyetine uygun ait araç, gereç, etkileşimli tahta / projeksiyon, tablet, bilgisayar, yazıcı/tarayıcı, işletim sistemi kurulum diski sağlanmalıdır.</p>			
<b>ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME</b>	Bu derste; öğrenci performansı belirlemeye yönelik çalışmalar değerlendirilirken gözlem formu, derecelendirme ölçeği ve dereceli puanlama anahtarı gibi ölçme araçlarından uygun olanlar seçilerek kullanılabilir. Bunun yanında öz değerlendirme ve akran değerlendirme formları kullanılarak öğrencilerin, öğretimin süreç boyutuna katılmaları sağlanabilir.			
<b>KAZANIM SAYISI VE SÜRE TABLOSU</b>	<b>ÖĞRENME BİRİMİ</b>	<b>KAZANIM SAYISI</b>	<b>DERS SAATİ</b>	<b>ORAN (%)</b>
	<b>Halkla İlişkiler ve Diğer Disiplinlerle İlişkisi</b>	5	20	7
	<b>Halkla İlişkiler Yaklaşımları</b>	2	16	5
	<b>Organizasyon ve Çeşitleri</b>	4	48	17
	<b>Halkla İlişkiler Faaliyetleri</b>	3	48	17
	<b>Kurum İçi Halkla İlişkiler</b>	6	64	22
	<b>Tanıtım Kampanyaları</b>	6	52	18
	<b>Halkla İlişkilerde Kampanya</b>	4	40	14
<b>TOPLAM</b>		<b>30</b>	<b>288</b>	<b>100</b>

ÖĞRENME BİRİMİ	KONULAR	ÖĞRENME BİRİMİ KAZANIMLARI VE KAZANIM AÇIKLAMALARI
<p><b>Halkla İlişkiler ve Diğer Disiplinlerle İlişkisi</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Halkla İlişkiler Kavramı</li> <li>2. Halkla İlişkiler ve Reklam İlişkisi</li> <li>3. Propaganda ve Halkla İlişkiler</li> <li>4. Halkla İlişkiler ve Lobicilik</li> <li>5. Pazarlama ve Halkla İlişkiler Arasındaki Farklar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Halkla ilişkiler kavramını, diğer disiplinlerle ilişkisini açıklar.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Halkla ilişkiler ile ilgili kavramlar kurum, departman, ajanslar, iletişim danışmanlık şirketlerinden örneklerle açıklanır ancak tarihine yer verilmez.</li> <li>• Halkla ilişkiler ulusal ve uluslararası etik kurallarına yer verilmez. Mesleki Hukuk dersi içinde yer almaktadır.</li> <li>• Halkla ilişkiler sürecini kavram haritası üzerinde göstermesi sağlanır.</li> <li>• Halkla ilişkilerin özellikleri, işlevleri, amaçları seçilen kurum ve kuruluşların halka ilişkiler yapılanması üzerinden örneklenerek sıralatılır.</li> <li>• Halkla ilişkilerin kurum içindeki yeri ve görevi seçilen kurum ve kuruluşların halka ilişkiler birimi üzerinden örneklerle açıklanır.</li> <li>• Halkla ilişkilerin işletmedeki yerini organizasyon şemasında çizerek göstermesi sağlanır.</li> <li>• Halkla ilişkilerin işletmelerdeki diğer birimlerle ilişkileri seçilen kurum ve kuruluşların halka ilişkiler birimi üzerinden örneklerle açıklanır.</li> </ul> </li> <li>2. <b>Halkla ilişkiler ve reklam ilişkisini inceler.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklam ile ilgili kavramlar seçilen örnek reklamlar üzerinden açıklanır.</li> <li>• Halkla ilişkiler ve reklam(seçilen halkla ilişkiler uygulamaları ve örnek reklamlar kullanılarak) arasındaki benzer ve farklı yönlerin listelenmesi sağlanır.</li> <li>• Halkla ilişkiler ve reklam arasındaki fark ve benzerlikleri tablo olarak çizdirilir.</li> <li>• Kitle iletişim araçlarında yayınlanan reklam örneklerinden sunu hazırlatılır.</li> </ul> </li> <li>3. <b>Propaganda ve halkla ilişkileri karşılaştırır.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propaganda ile ilgili kavramlar seçilen örnek propaganda çalışmaları üzerinden açıklanır.</li> <li>• Halkla ilişkiler ve propaganda(seçilen halkla ilişkiler uygulamaları ve örnek propaganda çalışmaları kullanılarak) arasındaki farkları ve benzer yönleri listeletir.</li> <li>• Halkla ilişkiler ve propaganda arasındaki fark ve benzerlikler tablo olarak çizdirilir.</li> <li>• Propaganda örnekleri sunusu hazırlatılır.</li> <li>• Seçilen konuda propaganda çalışması hazırlatılır.</li> </ul> </li> <li>4. <b>Halkla ilişkiler ve lobicilik ilişkisini inceler.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lobiciliğin ile ilgili kavramlar seçilen örnek lobi faaliyetleri üzerinden açıklanır.</li> <li>• Halkla ilişkiler ve lobicilik arasındaki farklar(seçilen halkla ilişkiler uygulamaları ve örnek lobi faaliyetleri kullanılarak) ve benzer yönleri listeletilir.</li> <li>• Halkla ilişkiler ve lobicilik arasındaki fark ve benzerlikler tablo olarak çizdirilir.</li> <li>• Türkiye(sivil toplum kuruluşlarınca yapılan ) ve dünyada yapılan lobicilik çalışmalarını gösteren sunu hazırlatılır.(Türkiye’de lobicilik faaliyetlerinin yasal olmadığı belirtilir.)</li> </ul> </li> </ol>

		<p><b>5. Pazarlama ve halkla ilişkiler kavramı arasındaki farkları sıralar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pazarlama ile ilgili kavramlar farklı pazarlama çalışması örnekleri üzerinden açıklanır.</li> <li>• Halkla ilişkiler ve pazarlama arasındaki (seçilen halkla ilişkiler uygulamaları ve örnek pazarlama çalışmaları kullanılarak) farkları ve benzer yönleri listelenir.</li> <li>• Halkla ilişkiler ve pazarlama arasındaki fark ve benzerlikleri tablo olarak çizdirilir.</li> <li>• Seçilen sektörden bir firmanın pazarlama çalışmalarını içeren dosya hazırlanır.</li> </ul>
<p><b>Halkla İlişkiler Yaklaşımları</b></p>	<p>1. Proaktif İletişim Planı 2. Reaktif İletişim Planı</p>	<p><b>1. Halkla ilişkiler uygulamalarında proaktif iletişim yaklaşımını uygular.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Krizin anlamını ve önemini açıklar.</li> <li>• Kriz öncesinde ve anında yapılacakları açıklar.</li> <li>• Kriz planı hazırlarken gerekli yaklaşımları seçer.</li> <li>• Proaktif iletişim ile ilgili kavramları seçilen halkla ilişkiler uygulamaları üzerinden açıklanır.</li> <li>• Proaktif iletişimcinin özellikleri seçilen halkla ilişkiler elemanı üzerinden açıklanır.</li> <li>• Proaktif iletişim modelini seçilen halkla ilişkiler uygulaması üzerinden açıklar.</li> <li>• Proaktif iletişimin yararları seçilen halkla ilişkiler uygulamaları üzerinden sıralanır.</li> <li>• Yönetimin proaktif iletişime katkıları seçilen örnek yönetim modeli üzerinden açıklar.</li> <li>• İşletmenin proaktif iletişim modeli şeması çıkartması sağlar.</li> <li>• Proaktif iletişim modeli ile ilgili sunum yaptırılır.</li> </ul> <p><b>2. Halkla ilişkiler uygulamalarında reaktif iletişim yaklaşımını uygular.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kriz anında ve sonrasında yapılacakları açıklar.</li> <li>• Plan hazırlarken nelere dikkat edileceğini sıralamasını sağlar.</li> <li>• Reaktif iletişim ile ilgili kavramlar, seçilen halkla ilişkiler uygulamaları üzerinden açıklanır.</li> <li>• Reaktif iletişimcinin özellikleri seçilen halkla ilişkiler elemanı üzerinden açıklanır.</li> <li>• Reaktif iletişim modelini seçilen halkla ilişkiler uygulaması üzerinden açıklanır.</li> <li>• Reaktif iletişimin yararları seçilen halkla ilişkiler uygulamaları üzerinden sıralanır.</li> <li>• Reaktif iletişim modeli şeması çıkartılır.</li> <li>• Reaktif iletişim modeli ile ilgili sunum yaptırılır.</li> <li>• Reaktif iletişim için iletişim kanalları seçilir.</li> </ul>
<p><b>Organizasyon ve Çeşitleri</b></p>	<p>1. Organizasyon Kavramları 2. Organizasyon Hizmet Alanları 3. Organizasyonda Mekân Tasarımı 4. Organizasyon Düzenleme</p>	<p><b>1. Organizasyon ile ilgili kavramları açıklar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizasyon kavramı seçilen organizasyon modelleri üzerinden açıklanır.</li> <li>• Organizasyon tarihine girilmez.</li> <li>• Organizasyonla ilgili vizyon, strateji, misyon gibi kavramları kendi okulu için belirterek açıklar.</li> <li>• Organizasyonun amaçlarını seçilen organizasyon modelleri üzerinden listelenir.</li> <li>• Organizasyonların yararlarını seçilen organizasyon modelleri üzerinden açıklar.</li> <li>• Organizasyon ilkelerini seçilen organizasyon modelleri</li> </ul>

		<p>üzerinden sıralatır.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Organizasyonun işlevlerini seçilen organizasyon modelleri üzerinden açıklar.</li><li>• Organizasyon sürecini kavram haritası üzerinde göstermesini sağlar.</li></ul> <p><b>2. Organizasyon hizmet alanlarını açıklar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Organizasyon (etkinlik) çeşitlerini sıralar.</li><li>• Organizasyon (etkinlik) yönetim süreçlerini seçilen organizasyon üzerinden açıklar.</li><li>• Organizasyon sürecinde satın alınan hizmetleri araştırarak listelemesi sağlar.</li><li>• Organizasyon çeşitlerini kavram haritası üzerinde göstermesini sağlar.</li><li>• Etkinlik yönetim süreçlerini gösteren tablo hazırlaması sağlar.</li><li>• Organizasyon sürecinde kullanılan araçları örnekleyen pano hazırlatılır.</li></ul> <p><b>3. Organizasyonda mekân tasarımının kurallarını sıralar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Organizasyonda mekân tasarımı için çiçek, balon, kumaş vb. örnekleri toplayarak malzemeleri listelemesi sağlar.</li><li>• Malzemeleri tasarıma uygun şekilde kullanacağı tasarımlar yaptırır.</li><li>• Alternatif mekânları, mekân modelleri hazırlatarak kavratır.</li><li>• Mekân tasarımında kullanılan renkleri uygun renk seçimini uygulayacağı mekân taslağı hazırlatarak kavratır.</li><li>• Mekân tasarımında kullanılan ışıkları uygun ışık seçimini uygulayacağı mekân taslağı hazırlatarak kavratır.</li><li>• Konseptte uygun mekân tasarımı için mekân düzenleme tekniklerini mekân taslağı hazırlatarak kavratır.</li><li>• Alternatif tasarımlar için proje dosyaları hazırlar.</li><li>• Uygulanan tasarımı değerlendirmesi sağlar.</li></ul> <p><b>4. Organizasyon çeşidine uygun organizasyon yöntemlerini uygular.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Organizasyon öncesinde yapılacak araştırmanın niteliklerini okul içi yapılacak bir etkinlik üzerinden belirlemesi sağlar.</li><li>• Organizasyonun planlama aşamasında yapılacakları okul içi yapılacak bir etkinlik üzerinden belirlemesi sağlar.</li><li>• Organizasyonun uygulama aşamasında yapılması gereken işlemleri okul içi yapılacak bir etkinlik üzerinden belirlemesi sağlar.</li><li>• Organizasyon sonrası yapılacak değerlendirmenin aşamalarını okul içi yapılacak bir etkinlik üzerinden belirlemesi sağlar.</li><li>• Okul içinde yapılacak bir organizasyon üzerinden başarılı bir organizasyon için yapılması gerekenleri uygulaması sağlar.</li><li>• Gerçekleştirilmiş organizasyonlardan (iyi-kötü) örnekler gösteren sunu hazırlatılır.</li><li>• Organizasyon araştırma, planlama ve uygulama aşamalarını gösteren tablo hazırlatılır.</li></ul>
--	--	---

		<ul style="list-style-type: none"><li>• Organizasyon tasarım dosyası hazırlanır.</li><li>• Hazırlanan tasarım dosyasını sınıf, atölye ortamında sunması sağlanır.</li></ul>
<b>Halkla İlişkiler Faaliyetleri</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sponsorluk</li><li>2. Basınla İlişkiler</li><li>3. Kurumsal İtibarın Korunması</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Seçilen sponsorluk alanına göre sponsorluk faaliyetinin yürütülmesine yardımcı olur.</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Sponsorluk ile ilgili kavramları seçilen bir çalışmaya sponsor olan kuruluş üzerinden açıklaması sağlanır.</li><li>• Sponsorluk çeşitleri ve çeşitlerine uygun amaçlarını panoda sergilemesi sağlanır.</li><li>• Sponsorluğun ilişkili olduğu alanları şema ile göstermesi sağlanır.</li><li>• Sponsorluk öncesi uygulaması, değerlendirmesi ile ilgili plan dosyası hazırlanır.</li><li>• Sponsorluk ile ilgili mesleki yazılar yazdırılır.</li></ul></li><li>2. <b>Basın kuruluşları ile işbirliği geliştirecek materyal ve etkinlikleri tasarlar.</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Basınla ilişki kurmanın gerekçeleri örnek çalışmalar üzerinden açıklanır.</li><li>• Halkla ilişkiler görevlisinin basın hakkında bilmesi gerekenleri örnek çalışma ile sıralanır.</li><li>• Basınla ilişkilerde dikkat edilmesi gereken noktaları örnek basın iletişimi çalışması üzerinden açıklanır.</li><li>• Basınla ilişki kurmada kullanılacak yöntemleri örnek basın iletişimi çalışması üzerinden listelenir.</li><li>• Geleneksel medya kurumlarını listelenir.</li><li>• Yeni medya oluşumları (bloglar, vikiler, forumlar, sosyal medya) incelenilerek kavranılır.</li><li>• Kupür derlemenin halkla ilişkiler açısından önemi örnek olaylar üzerinden açıklanır.</li><li>• Seçilen olay ile ilgili kupür derlemesi sağlanır.</li><li>• Kurumun amaçlarına uygun basın kuruluşlarıyla ilişki kurması sağlanır.</li><li>• Kurumun ilişkide olduğu basın kuruluşları ziyaret ettirilir.</li><li>• Haber yazma teknikleri (Ters – Düz Piramit, Kare, Dikdörtgen, Serbest, vb.) uygulanır.</li><li>• Olayın basın bülteninde yer alacak haber değeri taşıyıp taşımadığı seçilir.</li><li>• Basın bülteni türleri araştırılarak listelenir.</li><li>• Basın bülteni yazım teknikleri ve özellikleri örnek bültenler üzerinden açıklanır.</li><li>• Basın bülteni yazım tekniklerine uygun basın bülteni yazdırılır.(içerik, üslup, sayfa düzeni, vb.)</li><li>• İlgili kurumlara gerekli araçları kullanarak basın bültenini göndermesi ve yayının takibini yapması sağlanır.</li><li>• Basın gezisi düzenlemesine yardımcı olur.</li><li>• Basın kokteylinin hazırlanıp yürütülmesine yardımcı olması sağlanır.</li><li>• Basın toplantısı, basın kokteyli ve basın gezisi düzenlemek ile ilgili kavramları ve özellikleri katılacağı bu tür etkinliklerde gözlem yoluyla açıklaması sağlanır.</li><li>• Basın toplantısı, basın kokteyli ve basın gezisi düzenlemek ile ilgili organizasyon süreçlerini kurgulama</li></ul></li></ol>

		<p>yöntemi ile açıklaması sağlanır.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Basın toplantısı ile ilgi dosyası hazırlar.</li></ul> <p><b>3. Kurumsal itibarın oluşturulması ve koruma yöntemlerini sıralar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kurumsal itibar ile ilgili kavramlar örnek kurum kimlikleri üzerinden açıklar.</li><li>• İtibar yönetiminin önemini örnek kurum itibarları üzerinden açıklar.</li><li>• Kurum kimliğinin temel unsurları örnek kurumlar üzerinden sıralar.</li><li>• Kurum imajının özellikleri örnek kurumlar üzerinden listeletir.</li><li>• Sosyal sorumluluk kavramı örnek sosyal sorumluluk çalışmaları üzerinden açıklar.</li><li>• Marka imajının temel unsurlarını örnek markalar üzerinde açıklar.</li><li>• Kurum imajı için slogan yazdırır.</li><li>• Marka imajı için amblem hazırlar.</li><li>• İtibar yönetimi önemini anlatan sunu hazırlar.</li></ul>
<b>Kurum İçi Halkla İlişkiler</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kurum İçi Halkla İlişkiler Kavramı</li><li>2. Kurum İçi Halkla İlişkiler Araçlarının kullanılışı</li><li>3. Kurum İçi Yazılar</li><li>4. İşletme Gazetesi/Dergisi Hazırlanışı</li><li>5. Görüşme Yöntemleri</li><li>6. Toplantı Düzenlenmesi</li></ol>	<p><b>1. Kurum içi halkla ilişkileri açıklar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kurum içi halkla ilişkiler ile ilgili kavramları örnek kurum incelemeleri ile açıklar.</li><li>• Kurum içi halkla ilişkilerin önemini örnek kurum incelemeleri ile açıklar.</li><li>• Kurum içi halkla ilişkilerde dikkat edilmesi gereken kuralları örnek kurum incelemeleri ile listeletir.</li><li>• Kurum içi halkla ilişkilerin amaçlarını örnek kurum gözlemleri ile sıralar.</li><li>• Kurum içi halkla ilişkilerin önemini anlatan bir sunum hazırlar.</li><li>• Okulda yürütülen kurum içi iletişimin faaliyetleri ile ilgili dosya hazırlar.</li></ul> <p><b>2. Kurum içi halkla ilişkiler araçlarını açıklar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kurum içi halkla ilişkiler kanallarını, okulda kullanması sağlanarak açıklar.</li><li>• Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan araçları listeletir.</li><li>• İşletme gazetesi örneklerinden pano hazırlar.</li><li>• Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılabilecek mektup örnekleri yazdırır.</li><li>• İlan panosu hazırlar.</li><li>• Kurumun yaptığı faaliyetlerle ilgili sergi yaptırır.</li><li>• Dilek ve şikâyet kutusu hazırlar.</li></ul> <p><b>3. Kurum içi yazılar yazar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan yazılı araçları araştırarak listelemesi sağlanır.</li><li>• Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan yazılı araçların hangi amaçlarla kullanıldığını inceleyerek, açıklar.</li><li>• Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan yazılı araçları hazırlama yöntemlerini örnekler üzerinden inceleyerek sıralar.</li><li>• Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan yazılı araçların tasarımını yaparken dikkat etmesi gereken kuralları örnekler üzerinden inceleyerek listeler.</li><li>• El kitapçığı tasarlar.</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bülten çıkartır.</li> <li>• Depliyan yaptırır.</li> <li>• Broşür hazırlar.</li> <li>• Pankart tasarlar.</li> <li>• Afiş yaptırır.</li> <li>• El ilanı yaptırır.</li> <li>• Kartvizit tasarlar.</li> </ul> <p><b>4. İşletme gazetesi/dergisi hazırlamanın aşamalarını açıklar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• İşletme gazetesinin ne olduğunu örnek üzerinden inceleyerek açıklar.</li> <li>• İşletme gazetesi hazırlanırken uyulacak kuralları örnek üzerinden inceleyerek listeler.</li> <li>• İşletme gazetesinde bulunması gereken konuları örnek üzerinden inceleyerek sıralar.</li> <li>• İşletme dergisinin ne olduğunu örnek üzerinden inceleyerek açıklar.</li> <li>• Kuruma ait verileri toplar.</li> <li>• Personele ait verileri toplar.</li> <li>• Verileri habere dönüştürür.</li> <li>• Gazete dergi taslağını hazırlar.</li> </ul> <p><b>5. Görüşme yöntemlerini kullanarak görüşme yapar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protokol kurallarını uygular. -Protokol kurallarını uygulayabileceği dramatizasyon çalışması yaptırır.</li> <li>• Yüz yüze görüşme yaptırır.</li> <li>• Telefonla görüşme yaptırır.</li> </ul> <p><b>6. Farklı amaçlar için toplantı düzenler.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toplantı türlerini inceleyerek sıralaması sağlar.</li> <li>• Toplantı hazırlık aşamalarını uygular.</li> <li>• Toplantı katılımcılarının görevlerini belirlemesi sağlar.</li> <li>• Toplantıda kullanılacak belgeleri hazırlar.</li> <li>• Toplantı uygulama aşamalarını gerçekleştirmesi sağlar.</li> <li>• Toplantı ilanı hazırlar ve göndermesi sağlar.</li> <li>• Gündemi hazırlar.</li> <li>• Toplantı salonunu düzenler.</li> <li>• Toplantıyı takip etmesi sağlar.</li> <li>• Tutanak tutması sağlar.</li> <li>• Toplantı değerlendirmesi yaptırır.</li> </ul>
<p><b>Tanıtım Kampanyaları</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Halkla İlişkiler ve Tanıtım</li> <li>2. Tanıtım Türleri</li> <li>3. Tanıtım Materyalleri Belirleme</li> <li>4. Tanıtım Kampanyası Hazırlama</li> <li>5. Sergi, Fuarlarda Ürün ve Firma Tanıtımı Yapma</li> <li>6. Yapılan tanıtım faaliyetinin raporunu hazırlama</li> </ol>	<p><b>1. Halkla ilişkiler ve tanıtım ilişkisini inceler.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanıtım ile ilgili kavramları örnek tanıtım çalışması üzerinden açıklar.</li> <li>• Tanıtımın fonksiyonlarını örnek tanıtım çalışması üzerinden açıklar.</li> <li>• Tanıtımın amaçlarını örnek tanıtım çalışması üzerinden sıralar.</li> <li>• Tanıtımın sorumluluklarını örnek tanıtım çalışması üzerinden sıralar.</li> <li>• Tanıtımın yöntemlerini örnek tanıtım çalışması üzerinden açıklar.</li> <li>• Tanıtım amaç, fonksiyon, sorumluluk ve yöntemlerini teknolojik araçlar yardımıyla sunması sağlar.</li> </ul> <p><b>2. Tanıtım türlerini sınıflandırır.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanıtım türleri ile ilgili kavramları örnek tanıtımlar</li> </ul>

		<p>üzerinden açıklar.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tanıtım çeşitlerini sıralar.</li><li>• Ticari tanıtımın özelliklerini örnek tanıtım çalışması üzerinden sıralar.</li><li>• Kişisel tanıtımın yöntemlerini örnek tanıtım çalışması üzerinden sıralar.</li><li>• Toplumsal tanıtımın işlevlerini örnek tanıtım çalışması üzerinden sıralar.</li><li>• Ticari/kişisel/toplumsal tanıtım arasındaki benzerlikleri ve farkları örnek tanıtım çalışmaları üzerinden açıklar</li><li>• Tanıtım türlerini gösteren duvar panosu hazırlar.</li><li>• Tanıtım türlerini, tanıtım türleri arasındaki benzer ve farklı yönleri bilişim teknolojileriyle sunması sağlanır.</li></ul> <p><b>3. Tanıtım materyallerini seçer.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tanıtım materyalleri ile ilgili kavramları hazırlattığı örnekler üzerinde açıklar.</li><li>• Tanıtım materyal çeşitleri ile ilgili örnekler hazırlar.</li><li>• Tanıtım türüne göre materyalleri eşleştirmesi sağlanır.</li><li>• Tanıtımda kullanılacak görsel materyalleri hazırlar.</li><li>• Tanıtımda kullanılacak işitsel materyalleri seçer.</li><li>• Tanıtımda kullanılacak yazılı materyalleri hazırlar.</li><li>• Tanıtımında yardımcı hizmetleri seçmesi sağlanır.</li><li>• Tanıtım donatı elemanlarını kullanması sağlanır.</li><li>• Tanıtım etkinlikleri oluşturması sağlanır.</li><li>• Kullanılacak teknik ekipmanlar inceleyerek seçmesi sağlanır.</li></ul> <p><b>4. Tanıtım kampanyasının araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme sürecini açıklar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kampanya planlama aşamaları ile ilgili kavramları örnek tanıtım kampanyası çalışması üzerinden açıklar.</li><li>• Kampanya planlama aşamalarını örnek tanıtım kampanyası çalışması üzerinden sıralar.</li><li>• Örnek kampanya oluşturmak için müşteri isteklerini sıralar.</li><li>• Ürün grubuna uygun tanıtım türünü seçmesi sağlanır.</li><li>• Müşteri istek ve tanıtım türüne uygun hedef kitle belirleme yöntemlerini seçmesi sağlanır.</li><li>• Hedef kitleye yönelik mesaj hazırlar.</li><li>• Tanıtım türüne uygun materyal belirlemesi sağlanır.</li><li>• Tanıtım kampanyası planlama aşamalarını teknolojik araçlar yardımıyla sunması sağlanır.</li></ul> <p><b>5. Etkinliklerde ürün ve firma tanıtımı yapar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sergi-fuarda teşhir edilecek ürünleri seçmesi sağlanır.(Okul sergisi- TÜBİTAK çalışmaları, alan dal tanıtım fuarı gibi)</li><li>• Sergi-fuarda kullanılacak katalog ya da broşürleri hazırlar.</li><li>• Fuar standını ziyaret eden müşteriyi karşılar.</li><li>• Standta sergilenen ürünler hakkında müşteriyi bilgilendirmesi sağlanır.</li><li>• Müşterilerden kartvizit toplatılır.</li><li>• Standtaki eksikliklerin giderilmesini sağlar.</li><li>• Sergi-Fuarın değerlendirmesini yapar.</li></ul> <p><b>6. Yapılan tanıtım faaliyetinin raporunu hazırlar.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tanıtım standını ziyaret eden kişi sayısının istatistiğini hazırlar.</li></ul>
--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanıtım öncesi ve sonrası ürüne talep oranlarını karşılaştıracak rapor hazırlar.</li> <li>• Yapılan tanıtım çalışmasının satışa dönüp dönmediğine dair araştırma yaptırır.</li> <li>• Tanıtım kampanyasının verimliliğine dair rapor hazırlar.</li> </ul>
<p><b>Halkla ilişkilerde Kampanya</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Araştırma ve Hedef Kitle</li> <li>2. Halkla ilişkiler Kampanya Planı</li> <li>3. Kampanya Uygulama</li> <li>4. Kampanya Değerlendirmesi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Kampanyanın araştırma aşamasında hedef kitleyi seçer.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanya için araştırma yaptırır.</li> <li>• Hedef kitle kavramını açıklar.</li> <li>• Hedef kitle belirleme kriterlerini örnek hedef kitle için belirlemesi sağlar.</li> <li>• Hedef kitle için halkla ilişkiler hedeflerini belirler.</li> <li>• Araştırmanın nasıl yapılması gerektiğini örnek çalışma üzerinden açıklar</li> <li>• Araştırma verilerinin toplanması sağlar.</li> <li>• Toplanan verilerin analiz edilmesini sağlar.</li> <li>• Kampanya teklifi hazırlar.</li> <li>• Sözleşme hazırlar</li> <li>• Halkla ilişkilerde kullanılan araştırma türlerini kullanması sağlar.</li> <li>• Kurumda var olan sorunları saptar</li> <li>• Swot analizi yapar. (Kurumun güçlü, zayıf yönleriyle kurumun fırsat ve tehditlerini bulur.)</li> <li>• Yapılan araştırmanın değerlendirmesini yaptırır.</li> <li>• Halkla ilişkiler kampanyası kavramını örnek çalışma üzerinden açıklar.</li> <li>• Halkla ilişkiler kampanyasının amaçlarını örnek çalışma üzerinden listeletir.</li> <li>• Halkla ilişkiler kampanyasının hedeflerini örnek çalışma üzerinden belirler.</li> </ul> </li> <li>2. <b>Halkla ilişkiler kampanyası planını hazırlar.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planlama kavramını açıklar.</li> <li>• Halkla ilişkiler kampanyası planlama sürecinin aşamalarını örnek çalışma üzerinden listeletir.</li> <li>• Halkla ilişkiler kampanyasında kullanılacak araç ve teknikleri seçer.</li> <li>• Hedef kitleye uygun halkla ilişkiler kampanya plan dosyası hazırlar.</li> <li>• Halkla ilişkiler kampanyasında kullanılacak araç ve teknikleri ile ilgili görsel sunu yaptırır.</li> <li>• Operasyon şeması çıkarır.</li> <li>• Uygulama takvimi hazırlar.</li> <li>• Görevlendirme ve Kontrol Listelerini hazırlar.</li> </ul> </li> <li>3. <b>Kampanyanın uygulama sürecinde görev alır.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uygulamalardan sorumlu görevlilerin özelliklerini sıralar</li> <li>• Etkinlikten bir gün önce yapılacakları sıralar listeler.</li> <li>• Pilot çalışma ile uygulama aşamasında etkinlik günü, anı ve sonrası yapılacakları açıklar.</li> <li>• Etkinlik takvimini uygulatır.</li> </ul> </li> <li>4. <b>Kampanya değerlendirme raporunu hazırlar.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanya değerlendirmenin amaçlarını örnek çalışma üzerinden açıklar.</li> <li>• Etki değerlendirmeyi örnek çalışma üzerinden açıklar.</li> <li>• Değerlendirme yaparken kullanılacak soruları hazırlar.</li> <li>• Performans değerlendirmesi yaptırır.</li> </ul> </li> </ol>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Performans değerlendirme yöntemlerini seçtirir.</li> <li>• Performans Değerlendirmede karşılaşılan sorunları açıklar</li> <li>• IPRA değerlendirme modelini kavratır.</li> <li>• Planlama aşamasını değerlendirmesini yaptırır.</li> <li>• Uygulama aşamasının değerlendirmesini yaptırır.</li> <li>• Etki değerlendirmesi yaptırır.</li> <li>• Değerlendirme raporunu yazdırır.</li> </ul>
--	--	--

### UYGULAMA FAALİYETLERİ/TEMRİNLER

<b>Halkla İlişkiler Ve Diğer Disiplinlerle İlişkisi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kitle iletişim araçlarında yayınlanan reklam örneklerini inceleyerek reklam hazırlamak</li> <li>2. Çeşitli propaganda örneklerini gösteren sunu hazırlamak</li> <li>3. Halka ilişkiler ve lobcilik arasındaki fark ve benzerlikleri tablo olarak çizmek</li> <li>4. Firmaların pazarlama çalışmalarını içeren dosya hazırlamak</li> </ol>
<b>Halkla İlişkiler Yaklaşımı</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proaktif iletişim modeli ile ilgili sunum yapmak</li> <li>2. Bir işletmenin proaktif iletişim planını örnek olarak alınıp incelemek</li> <li>3. Reaktif iletişim modeli ile ilgili sunum yapmak</li> <li>4. Bir işletmenin reaktif iletişim planını örnek olarak alınıp incelemek</li> <li>5. Bir işletmenin kriz planını örnek olarak alınıp incelemek</li> <li>6. Reaktif iletişim için iletişim kanalları seçmek</li> </ol>
<b>Organizasyon Ve Çeşitleri</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organizasyonlar ile ilgili kavramları araştırarak dosya hazırlamak</li> <li>2. Organizasyonun hizmet alanlarını sınıflandırarak organizasyon çeşidine uygun kullanılacak donatı malzemelerini hazırlamak</li> <li>3. Organizasyon mekân tasarım örnekleri hazırlamak</li> <li>4. Okul şartlarında kurumsal, sosyal ve kültürel vb. çeşidine uygun organizasyonlar düzenlemek</li> </ol>
<b>Halkla İlişkiler Faaliyetleri</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sponsorluk alanları ve sponsor olan firma örneklerini sunmak</li> <li>2. Yazım tekniklerine uygun basın bülteni yazmak(içerik, üslup, sayfa düzeni, vb.)</li> <li>3. İlgili kurumlara gerekli araçları kullanarak basın bültenini göndermek</li> <li>4. Basın bülteni yayını takibi yapmak</li> <li>5. Kurum imajı için slogan yazmak</li> <li>6. Marka imajı için amblem hazırlamak</li> <li>7. Marka imajı için logo hazırlamak</li> </ol>
<b>Kurum İçi Halkla İlişkiler</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Okulda yürütülen kurum içi iletişimin faaliyetleri ile ilgili dosya hazırlamak</li> <li>2. Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılabilecek mail örnekleri yazmak</li> <li>3. İlan panosu hazırlamak</li> <li>4. Kurumun yaptığı faaliyetlerle ilgili sergi hazırlamak</li> <li>5. Dilek ve şikâyet kutusu hazırlamak</li> <li>6. El kitapçığı tasarlamak</li> <li>7. Bülten çıkarmak</li> <li>8. Depliyan yapmak</li> <li>9. Broşür hazırlamak</li> <li>10. Pankart tasarlamak</li> <li>11. Afiş hazırlamak</li> <li>12. El ilanı hazırlamak</li> <li>13. Kartvizit hazırlamak</li> <li>14. Gazete dergi taslağını hazırlamak</li> <li>15. Protokol kurallarını uygulamak</li> <li>16. Yüz yüze görüşme yapmak</li> <li>17. Telefonla görüşme yapmak</li> <li>18. Web cam görüşme yapmak</li> <li>19. Okulda Eğitim-kültür toplantısı hazırlamak</li> <li>20. Okulda bilimsel toplantılar düzenleme</li> </ol>

<b>Tanıtım Kampanyaları</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tanıtım ile ilgili kavramları araştırma</li> <li>2. Halkla ilişkiler ve tanıtım ilişkisini çözümleme</li> <li>3. Tanıtım türlerini gösteren duvar panosu hazırlama</li> <li>4. Tanıtım türlerini bilişim teknolojileriyle sunma</li> <li>5. Tanıtım türüne uygun materyalleri şema ile gösterme</li> <li>6. Tanıtım kampanyası planlama aşamalarını ile ilgili pano hazırlama</li> <li>7. Okul alan - dal tanıtım kampanyası hazırlama</li> <li>8. Sergi-fuarda teşhir edilecek ürünleri seçme</li> <li>9. Sergi-fuarda kullanılacak katalog ya da broşürleri temin etme</li> <li>10. Sergi ve fuarlarda ürünü müşteriye tanıtma</li> <li>11. Sergi-fuar standını ziyaret eden müşteriye karşılama</li> </ol>
-----------------------------	---

<b>Halkla İlişkilerde Kampanya</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Araştırma ile Örnek çalışma ile kampanya için hedef kitle belirleme</li> <li>2. Örnek çalışma ile kampanya planı hazırlar. Etkinlik takvimini uygular</li> <li>3. Kampanya uygulamalarında görev almak</li> <li>4. Değerlendirme raporunu yazma</li> </ol>
------------------------------------	--

### DERSİN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

- Dersin işlenişinde iş sağlığı ve güvenliğine ilişkin, risk ve tehlike oluşturacak her türlü duruma karşı tedbirler alınmalıdır. Pano hazırlama çalışmanızda kesme ve batma ihtimali olan donanımları dikkatli kullanınız. Bilgisayar ile çalışırken ergonomik gerekliliklere dikkat ettiğinizden ve bilgisayar mesafesi oturuş ve duruş şartlarınızı doğru biçimde ayarladığınızı kontrol ediniz. Ortamda kesici, delici eşyalar olamamasına, elektrik kablolarının, elektronik aletlerin güvenli ve çalışır olmasına dikkat ediniz. Ortamda gerekli iş güvenliği tedbirlerini alınız.
- Sınıf veya atölye ortamında uygulama faaliyetine ait bilgiler öğrencilere uygulama öncesi anlatılmalı, tüm öğrenme kazanımları için bilgi ve becerilerin öğrenciye tam olarak kazandırılması amacıyla birden fazla uygulama faaliyeti yaptırılmalıdır.
- Bu etkinliklerde düz anlatım, sunum yapma, soru cevap, örnek olay incelemesi, yaparak ve yaşayarak öğrenme, araştırma, inceleme, problem çözme, gezi yöntemi vb. yöntem ve teknikler kullanılabilir.
- Çevresel imkanlar dahilinde öğrencilerin yakın çevredeki reklam, propaganda, halkla ilişkiler, tanıtım, lobi ve pazarlama faaliyetleri yürüten kurum birimlerini ziyaret etmelerini sağlayınız.
- Okulda bir etkinlik organize etmelerini sağlayınız.
- Öğrencilerin okulda kurumsal bir organizasyonda görev almalarını sağlayınız.
- Çevrenizde düzenlenen sosyal ve kültürel organizasyonlara katılmaları için gezi düzenleyiniz.
- İlimizde düzenlenen ulusal ve uluslararası fuar tanıtım organizasyonlarına katılması ile ilgili çalışmalar yapınız
- Yazılı ve görsel basından işletmelerin ve ürünlerin hedef kitleleri ile ilgili örnekler verebilirsiniz.
- Tanınmış bir kurumun yaptığı halkla ilişkiler kampanyası sınıf ortamına getirilerek öğrencilerle paylaşılabilir.
- Öğrencilere örnek bir halkla ilişkiler kampanyası yaptırılabilir ve bu kampanyada tüm aşamaları gerçekleştirmesini sağlayınız..
- Bir kurumun halkla ilişkiler çalışmasını kurum ziyareti yaparak kurumun güçlü ve zayıf yönlerini kurumda tespit edebilirsiniz.
- Herhangi bir çalışma belirleyerek bu çalışmanın bütçesini hazırlatabilirsiniz.
- Seçecekleri herhangi bir konuda kampanya yaptırabilirsiniz. Pilot uygulamasını, etkinlik takvimini, bütçeyi yaptırabilirsiniz.
- Seçecekleri her hangi bir konuda kampanya yaptırıp değerlendirme raporu hazırlatabilirsiniz.
- Halkla ilişkiler birimi bulunan kurumları ziyaret ederek açılış, yıldönümü, ağırlama törenleri düzenleme örnek çalışmaları alınabilir.
- Halkla ilişkiler birimi bulunan kurumları ziyaret ederek toplantı ve kongreler düzenlemek örnek çalışmaları alınabilir.
- Halkla ilişkiler birimi bulunan kurumları ziyaret ederek bilimsel toplantılar düzenleme örnek çalışmaları alınabilir.
- Halkla ilişkiler birimi bulunan kurumları ziyaret ederek sergi ve fuar düzenleme örnek çalışmaları alınabilir.
- Yazılı ve görsel basında yer alan sponsorluk çalışmaları takip edilerek bilgi alınabilir.
- Özel ve kamu kurumlarının sponsorluk çalışmaları takip edilerek bir çalışmaya yada ürüne sponsor olan firmaya gidilebilir.

- Bir işletmenin proaktif iletişim planını örnek olarak alınıp incelenebilir.
- Bir işletmenin reaktif iletişim planını örnek olarak alınıp incelenebilir.
- Bir işletmenin kriz planını örnek olarak alınıp incelenebilir.
- Bir işletmenin kurumsal itibarı koruma yöntemlerini örnek olarak alınıp incelenebilir.
- Tanıtımla ilgili öncelikle okul ve alan, dal konularında tanıtım çalışmaları yaptırabilirsiniz.
- Yazılı ve görsel basında yer alan tanıtımları sınıf ortamında tartışılabilir.
- Yazılı ve görsel basında yer alan tanıtım materyallerini; sınıf ortamında inceleyebilirsiniz.
- Yazılı ve görsel basında yer alan tanıtım kampanyalarını; inceleyebilirsiniz.
- Yazılı ve görsel basında yer alan marka yaratma sürecini inceleyebilirsiniz.
- Sektördeki firmaların kurum içi halkla ilişkiler faaliyetleri incelemelerini sağlayınız.
- Kurumların internet sitelerinden kurum içi halkla ilişkiler faaliyetlerini, nasıl yürüttükleri konusunda bilgi sahibi olmaları için işletmelerin internet adreslerine öğrencileri yönlendiriniz.
- İtranet kullanan kurumların sistemi nasıl kullandığını görmek için bu tür kurumları ziyaret ederek rapor hazırlar. Kapalı devre televizyon programı yapan şirketlerin sistemi nasıl kullandığını görmek için bu tür kurumları ziyaret ederek rapor hazırlatabilirsiniz.
- Çevresel imkanlar dahilinde öğrencilere yakın çevredeki yerel gazete ve dergileri ziyaret etmelerini sağlayınız.
- Kurum dergi ve gazete örneklerini sınıfta sununuz.
- İmkanlar dahilinde öğrencilere protokol kurallarını, yüz yüze görüşmeyi, telefonla görüşmeyi, sınıf veya atölye ortamında uygulatabilirsiniz.
- Özel ve resmi kurumlarda yapılan farklı türlerdeki toplantılara katılımları sağlayınız.
- Bu dersin işlenişi sırasında meslek ahlak kurallarına uymak, çıkarıcı olmamak, hedef belirlemek, ölçülü olma, zamana riayet, yardımlaşma ve birlikte iş yapabilme, üretken olma, yeni fikirler üretmek, toplumsal ahlak, yeniliğe açık olmak, toplum bilincini geliştirmek, misafir ağırlama, güler yüzlü olma ve sözü yerinde kullanma değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir.