DERS BİLGİ FORMU

<table>
<tr><td>DERSİN ADI</td><td colspan="4">YENİ MEDYADA HALKLA İLİŞKİLER</td></tr>
<tr><td>DERSİN SINIFI</td><td colspan="4">11. Sınıf</td></tr>
<tr><td>DERSİN SÜRESİ</td><td colspan="4">Haftalık 5 Ders Saati</td></tr>
<tr><td>DERSİN AMACI</td><td colspan="4">Bu derste öğrenciye; yeni medyada marka iletişimi kurma ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır.</td></tr>
<tr><td>DERSİN ÖĞRENME KAZANIMLARI</td><td colspan="4">1. Dijital medyada içerik üretimi ve yönetimini yapar.
2. Kurumsal sosyal medya hesaplarında halkla ilişkiler çalışması yapar.
3. Kurumsal sosyal medya hesaplarında reklam çalışması yapar.</td></tr>
<tr><td>EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAM VE DONANIMI</td><td colspan="4">Ortam: Halkla İlişkiler Atölyesi
Donanım: Etkileşimli tahta/projeksiyon, bilgisayar, yazıcı/tarayıcı, tablet, fotoğraf makinesi, video kamera, halkla ilişkiler standart donanımları, fotoğraf perdesi, stüdyo ışıkları</td></tr>
<tr><td>ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME</td><td colspan="4">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.</td></tr>
<tr><td rowspan="4">KAZANIM SAYISI VE SÜRE TABLOSU</td><td>ÖĞRENME BİRİMİ</td><td>KAZANIM SAYISI</td><td>DERS SAATİ</td><td>ORAN (%)</td></tr>
<tr><td>WEB’ de İçerik Üretimi ve Yönetimi</td><td>3</td><td>45</td><td>25</td></tr>
<tr><td>Sosyal Medya Araçlarında Halkla İlişkiler</td><td>4</td><td>90</td><td>50</td></tr>
<tr><td>Sosyal Medya Araçlarında Reklam</td><td>3</td><td>45</td><td>25</td></tr>
<tr><td colspan="2">TOPLAM</td><td>10</td><td>180</td><td>100</td></tr>
</table>

ÖĞRENME BİRİMİ	KONULAR	ÖĞRENME BİRİMİ KAZANIMLARI VE KAZANIM AÇIKLAMALARI
WEB' de İçerik Üretimi ve Yönetimi	**1.** Yeni medyada hedef kitle ile sanal iletişim kurma **2.** Hazır web sitesi taslakları kullanarak kurumsal web sitesi tasarlama **3.** Kurumsal web sitesine içerik üretme	**1. Yeni medyada hedef kitle ile sanal iletişim kurar.** • Yüz yüze iletişim ile sanal iletişim arasındaki fark açıklanır. • Halkla ilişkilerde sanal iletişimin önemi kavratılır. • Kurumsal sanal iletişiminde hedef kitle açıklanır. • Elektronik basın bülteni hazırlatılır. • Kurumsal blog içeriği hazırlatılır. • Sanal iletişimde itibar yönetimine uygun örnek mesajlar hazırlatılır. **2. Hazır web sitesi taslaklarını kullanarak kurumsal web sitesi tasarlar.** • Kurumsal web sitesinin önemi kavratılır. • Kurumsal web sitesi kurulurken dikkat edilmesi gereken özelliklere dikkat ettirilir. • Hazır web sitesi taslakları (Wordpress) kullanılarak kurumsal bir web sitesi hazırlatılır. • İlgili kurumun kimliği dikkate alınarak web site planı yaptırılır. • Temel SEO çalışması yaptırılır. **3. Kurumsal web sitesine içerik oluşturur.** • Belirlenen bir web sitesine kurum haberlerinden oluşan içerikler oluşturulur. • Kurumun web sitesinde yayınlanmak üzere tanıtım yazısı hazırlatılır. • Özel gün ve bayramlara dair 1 dakikalık kamu spotu hazırlatılır. • Web sitesindeki sanal basın odası kısmına basın bültenleri hazırlatılır. • 5 hafta boyunca kurumun duyuruları web sitesinde güncel olarak yayınlanır.
Sosyal Medya Araçlarında Halkla İlişkiler	**1.** Sosyal medyada yeni bir markanın kurumsal kimliğini oluşturma **2.** Kurumsal sosyal medya hesaplarına içerik üretme **3.** Kurum ve markaya ait kurumsal sosyal medya hesaplarını yönetme **4.** Sosyal medyada kriz iletişimi kampanyası plan ve uygulaması	**1. Sosyal medyada yeni bir markanın kurumsal kimliğini oluşturur.** • Marka için marka kimliğini oluşturacak rengi, fontu, marka yüzü seçtirilir. • Duyusal mesajlar ile marka imajı oluşturulmaya yönlendirilir. • Marka sadakati oluşturmaya yönelik planlamalar yaptırılır. • Halkla ilişkiler kampanyası için çevrim içi programlarla müzik ve seslendirmeler seçilir. **2. Kurumsal sosyal medya hesaplarına içerik üretir.** • Belirlenen bir kurum veya markaya ait sosyal medya hesaplarına içerik takvimi ile periyodik içerik hazırlatılır. • Özel gün veya bayramlar için kutlama mesajlarını içeren görsel ve metinler ile içerik oluşturulur. • Kurumun sosyal medya hesapları için kurumun özel günlerine dair içerikler oluşturulur. • Kurum etkinlik ve haberleri periyodik olarak hesaplarda paylaşılması için hazırlatılır.

		3. Kurum veya markaya ait kurumsal sosyal medya hesaplarını yönetir. • Kuruma ait bir sosyal medya hesapları açılır ve 18 hafta boyunca aktif olarak kullandırılır. • Kurumsal sosyal medya hesapları karşılaştırılır. • Açılan sosyal medya hesapların her gün en az bir gönderi paylaşımı yaptırılır. • Sosyal medya hesapları için periyodik içerikler hazırlatılır. • Sosyal medya hesapları için temel tasarım programları kullanılarak görseller hazırlatılır. • Kurumsal organizasyonlarda çekilen fotoğraflar sosyal medya hesapları için tasarımı hazırlatılır. **4. Sosyal medyada kriz iletişimi kampanyası planlar ve uygular**. • Kurumun yaşadığı sosyal medyada yaşaması muhtemel krizler için proaktif iletişim kampanyaları düzenletilir. • Kurumun yaşadığı sosyal medya krizleri için reaktif iletişim kampanyaları hazırlatılır. • Kriz durumlarında sosyal medya ortamına uygun basın bülteni yazdırılır. • Kriz durumlarında sosyal medya hesaplarında yayınlanacak video alt metni yazdırılır.
Sosyal Medya araçlarında reklam	**1.** Sosyal medya reklamlarında hedef kitle analizi yapmak **2.** Sosyal medyada reklam metni yazmak **3.** Sosyal medyada reklam kampanyası oluşturmak	**1. Sosyal medya reklamlarında hedef kitleyi araştırır.** • Hedeflenen kampanyanın sosyal medyadaki hedef kitle araştırması yaptırılır. • Belirlenen hedef kitlenin analizi yaptırılır. • Hedef kitlenin kullandığı sosyal medya ve aktif kullandığı saatler konusunda araştırma hazırlatılır. **2. Sosyal medyada reklam metni yazar**. • Reklam kampanyasının diline uygun reklam metni yazdırılır. • Sosyal medyada reklam kampanyası için mesaj stratejisinin, çekiciliklerin ve taktiklerin planlamaları yaptırılır. • Reklam kampanyası için hedef kitleye mesaj ve alt metin hazırlatılır. **3. Sosyal medyada reklam kampanyası oluşturur**. • Reklam kampanyası için slogan ve motto hazırlatılır. • Reklam kampanyası için hâkim renk seçtirilir. • Reklam kampanyası süresince kullanılacak görseller hazırlatılır. • Reklam kampanyasında kullanılacak sosyal medya mecraları ve erişilmesi gereken kişi sayısına uygun reklam bütçesi hazırlatılır. • 5 haftalık sosyal medya planlaması yaptırılır. • Hazırlanan reklam kampanyası 5 hafta boyunca kısmi olarak uygulanır. • Sosyal medyada uygulanmak üzere birer tane online ve offline reklam kampanyası taslağı hazırlatılır.
UYGULAMA FAALİYETLERİ/TEMRİNLER		

Uygulama faaliyeti/temrinler; ders kazanımına uygun olarak okulun fiziki kapasitesi ve donatımı, öğrenci sayısı göz önünde bulundurularak en fazla uygulama faaliyeti/temrini yaptıracak şekilde meslek alan zümre öğretmenler kurulu tarafından seçilir. Meslek alan zümre öğretmenleri tarafından aşağıda yer alan temrinlerden farklı temrinlerin uygulanmasına karar verilebilir**.**

WEB' de İçerik ve topluluk yönetimi	**1.** Hazır web sitesi taslakları kullanarak kurumsal web sitesi hazırlama **2.** Kurumsal web sitesine içerik üretme
Sosyal Medya Araçlarında Halkla İlişkiler	**1.** Sosyal medyada yeni bir markanın kurumsal kimliğini oluşturma **2.** Kuruma ait sosya medya hesaplarına içerik üretme **3.** Kurum ve markaya ait sosyal medya hesaplarını yönetme **4.** Sosyal medyada kriz iletişimi kampanyası planlama ve uygulama
Sosyal Medya Araçlarında Reklam	**1.** Yapılması planlanan bir reklam kampanyası için hedef kitle analizi yapma **2.** Sosyal medyada yayınlanacak bir reklam için metin yazma **3.** Sosyal medyada yayınlanacak reklamlar oluşturma

DERSİN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

.

- Bilgisayarlar kullanırken güç kablolarına dikkat ediniz.
- Hazırlanan raporların atölye ortamında sunmasına fırsat verilerek iletişim becerilerinin gelişmesi sağlanmalıdır.
- Örnek çalışmalardan sonra bireye öncelikle grup halinde bir çalışma yaptırılır daha sonra bireysel çalışmalar yaptırılması çalışmaların verimli olması açısından önemlidir.
- Bu becerilerin kazanılabilmesi için halkla ilişkiler alanı standart donanımları ve yapılacak uygulama faaliyetine ait araç, gereç, donanım ve koşullar sağlanmalıdır.
- Sınıf veya atölye ortamında uygulama faaliyetine ait bilgiler öğrencilere uygulama öncesi anlatılmalı.
- Daha önce yapılmış sosyal medya reklamları incelenerek hedef kitle ile ilgili bilgi ve haberleri inceletebilirsiniz.
- Halkla ilişkiler şirketlerine sektör gezisi yaparak kampanya sürecini yerinde inceleyebilirsiniz.
- Öğrenme kazanımlarının öğrenciye tam olarak kazandırılması amacıyla birden fazla uygulama faaliyeti yaptırılmalıdır.
- Markanın arama motorlarında üst sıralarda çıkması için(SEO) yapılması gereken reklam kampanyaları için uygulama yapılabilir.
- Daha önce sektörde yaşanmış sosyal medya krizleri incelenebilir.
- Kamu kurumlarının uyguladığı online ve offline reklam kampanyaları incelenebilir.
- Bu dersin işlenişi sırasında, işbirliği, hedef belirleme,tarafsızlık,ilişkilerde her yayın kurumuna eşit mesafede olma değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir.
- Bu etkinliklerde düz anlatım, soru cevap örnek olay incelemesi, problem çözme vb. yöntem ve teknikler kullanılabilir.
- Bu derste, verilen görevi yapma "Paylaşma" değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir.