DERS BİLGİ FORMU

<table>
<tr><td>DERSİN ADI</td><td colspan="4">HALKLA İLİŞKİLER VE MESLEK UYGULAMALARI</td></tr>
<tr><td>DERSİN SINIFI</td><td colspan="4">10. Sınıf</td></tr>
<tr><td>DERSİN SÜRESİ</td><td colspan="4">Haftalık 8 Ders Saati</td></tr>
<tr><td>DERSİN AMACI</td><td colspan="4">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.</td></tr>
<tr><td>DERSİN ÖĞRENME KAZANIMLARI</td><td colspan="4">1. Halkla ilişkilerin ilişkili olduğu alanlarla ilgili benzer ve ayrılan yönlerini seçer.
2. Normal zamanda ya da kriz anında plan hazırlarken proaktif ve reaktif iletişim yaklaşımıyla hareket eder.
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.
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.
5. Sözlü, yazılı-basılı kurum içi halkla ilişkiler araçlarını kullanarak kurum içi halkla ilişkileri gerçekleştirir.
6. Halkla ilişkiler etiğine uygun tanıtım kampanyası ve marka yaratma çalışması yapar.
7. Halkla ilişkiler kampanyasının araştırma, planlama, uygulama sürecinin sonunda değerlendirme raporu yazar.</td></tr>
<tr><td>EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAM VE DONANIMI</td><td colspan="4">Ortam: Alan Ortak Atölye, Müşteri Temsilciliği Atölyesi, Organizasyon Sorumlusu Atölyesi, Çok Amaçlı Salon,
Donanım: Halkla ilişkiler alanı standart donanımları, yapılacak uygulama faaliyetine uygun ait araç, gereç, etkileşimli tahta / projeksiyon, tablet, bilgisayar, yazıcı/tarayıcı, işletim sistemi kurulum diski sağlanmalıdır.</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>Halkla İlişkiler ve Diğer Disiplinlerle İlişkisi</td><td>5</td><td>14</td><td>5,55</td></tr>
<tr><td>Halkla İlişkiler Yaklaşımları</td><td>2</td><td>14</td><td>5,55</td></tr>
<tr><td>Organizasyon ve Çeşitleri</td><td>4</td><td>44</td><td>17,46</td></tr>
</table>

	Halkla İlişkiler Faaliyetleri	3	42	16,67
	Kurum İçi Halkla İlişkiler	6	56	22,22
	Tanıtım Kampanyaları	6	46	18,26
	Halkla İlişkilerde Kampanya	4	36	14,29
TOPLAM		**30**	**252**	100

ÖĞRENME BİRİMİ	KONULAR	ÖĞRENME BİRİMİ KAZANIMLARI VE KAZANIM AÇIKLAMALARI
Halkla İlişkiler ve Diğer Disiplinlerle İlişkisi	**1.** Halkla ilişkiler kavramı **2.** Halkla ilişkiler ve reklam **3.** Halkla ilişkiler ve propaganda **4.** Halkla ilişkiler ve Lobicilik **5.** Halkla ilişkiler ve pazarlama	1. **Halkla ilişkiler kavramını, diğer disiplinlerle ilişkisini açıklar.** • Halkla ilişkiler ile ilgili kavramlar, ortaya çıkış ve ilk örnekleri verilir. • Halkla ilişkiler ulusal ve uluslararası etik kurallarına yer verilmez. Mesleki Hukuk dersi içinde yer almaktadır. • Halkla ilişkiler sürecini kavram haritası üzerinde göstermesi sağlanır. • Halkla ilişkilerin ilkeleri verilir. • Halkla ilişkilerin özellikleri, işlevleri, amaçları verilir. • Halkla ilişkilerin kurum içindeki yeri ve görevi verilir. 2. **Halkla ilişkiler ve reklam ilişkisini inceler.** • Reklam ve kurumsal reklamcılık kavramı açıklanır. • Reklam ve halkla ilişkiler arasındaki benzer ve farklı yönlerin listesi verilir. 3. **Propaganda ve halkla ilişkileri karşılaştırır.** • Propaganda kavramı açıklanır. • Örnek propaganda çalışması üzerinden propagandanın kavramı anlatılır. • Halkla ilişkiler ve propaganda arasındaki farkları ve benzer yönlerin listesi verilir. 4. **Halkla ilişkiler ve lobicilik ilişkisini inceler.** • Lobiciliğin ile ilgili kavramlar açıklanır. • Halkla ilişkiler ve lobicilik arasındaki farklar ve benzer yönleri listeletilir. • Türkiye (sivil toplum kuruluşlarınca yapılan) ve dünyada yapılan lobicilik çalışmalarını gösteren sunu hazırlatılır. (Türkiye'de lobicilik faaliyetlerinin yasal olmadığı belirtilir.) 5. **Pazarlama ve halkla ilişkiler kavramı arasındaki farkları sıralar.** • Pazarlama ve pazarlama ile ilgili kavramlar aktarılır. • Pazarlama ve halkla ilişkiler arasındaki fark ve

		benzerlikler verilir. • Seçilen sektörden bir firmanın pazarlama çalışmalarını içeren dosya hazırlatılır
Halkla İlişkiler Yaklaşımları	1. Proaktif İletişim Planı 2. Reaktif İletişim Planı	1. **Halkla ilişkiler uygulamalarında proaktif iletişim yaklaşımını uygular.** • Krizin tanımını yapması ve önemini açıklaması sağlanır. • Kriz öncesinde neler yapılması gerektiğini açıklaması sağlanır. • Kriz planını hazırlamanın önemini kavraması sağlanır. • Örnek bir proaktif iletişim planı hazırlayarak, proaktif iletişim planında neler bulunması gerektiğini kavraması sağlanır. • Proaktif iletişimcinin hangi özelliklere sahip olması gerektiği kavratılır • Proaktif iletişimin yararlarını örneklendirmesi sağlanır. 2. **Halkla ilişkiler uygulamalarında reaktif iletişim yaklaşımını uygular.** • Kriz anında ve sonrasında neler yapılacağını açıklaması sağlanır. • Örnek bir reaktif iletişim yani kriz planı hazırlayarak, planda neler bulunması gerektiğini kavraması sağlanır. • Reaktif iletişim ile ilgili kavramları açıklaması sağlanır. • Reaktif iletişimcinin hangi özelliklere sahip olması gerektiği kavratılır. • Reaktif iletişim planıyla kriz yönetmenin sonuçlarını belirtmesi sağlanır. • Reaktif iletişim yani kriz planıyla ilgili sunum yaptırılır. • Reaktif iletişim için en uygun iletişim türleri ve kanalları seçtirilir.
Organizasyon ve Çeşitleri	1. Organizasyon Kavramları 2. Organizasyon Hizmet Alanları 3. Organizasyonda Mekân Tasarımı 4. Organizasyon Düzenleme	1. **Organizasyon ile ilgili kavramları açıklar.** • Organizasyon kavramı seçilen organizasyon • modelleri üzerinden açıklatılması • sağlanır.Organizasyon tarihine girilmez. • Organizasyonla ilgili vizyon, strateji, misyon gibi kavramları kendi okulu için belirterek açıklatır. • Organizasyonun amaçlarını seçilen organizasyon modelleri üzerinden listeletir. • Organizasyonların yararlarını seçilen organizasyon modelleri üzerinden açıklatır. • Organizasyon ilkelerini seçilen organizasyon modelleri üzerinden sıralatır. • Organizasyonun işlevlerini seçilen organizasyon modelleri üzerinden açıklatır. • Organizasyon sürecini kavram haritası üzerinde göstermesini sağlanır. 2. **Organizasyon hizmet alanlarını açıklar.** • Organizasyon (etkinlik) çeşitlerini sıralatır.

		• Organizasyon (etkinlik) yönetim süreçlerini seçilen organizasyon üzerinden açıklatır. • Organizasyon sürecinde satın alınan hizmetleri araştırarak listelemesi sağlanır. • Organizasyon çeşitlerini kavram haritası üzerinde göstermesi sağlanır. • Etkinlik yönetim süreçlerini gösteren tablo hazırlaması sağlanır. • Organizasyon sürecinde kullanılan araçları örnekleyen pano hazırlatılır. 3. **Organizasyonda mekân tasarımının kurallarını sıralar.** • Organizasyonda mekân tasarımı için çiçek, balon, kumaş vb. örnekleri toplayarak malzemeleri listelemesi sağlanır. • Malzemeleri tasarıma uygun şekilde kullanacağı tasarımlar yaptırır. • Alternatif mekânları, mekân modelleri hazırlatarak kavratır. • Mekân tasarımında kullanılan renkleri uygun renk seçimini uygulayacağı mekân taslağı hazırlatarak kavratır. • Mekân tasarımında kullanılan ışıkları uygun ışık seçimini uygulayacağı mekân taslağı hazırlatarak kavratır. • Konsepte uygun mekân tasarımı için mekân düzenleme tekniklerini mekân taslağı hazırlatarak kavratır. • Alternatif tasarımlar için proje dosyaları hazırlatır. • Uygulanan tasarımı değerlendirmesi sağlanır. 4. **Organizasyon çeşidine uygun organizasyon yöntemlerini uygular.** • Organizasyon öncesinde yapılacak araştırmanın niteliklerini okul içi yapılacak bir etkinlik üzerinden belirlemesi sağlanır. • Organizasyonun planlama aşamasında yapılacakları okul içi yapılacak bir etkinlik üzerinden belirlemesi sağlanır. • Organizasyonun uygulama aşamasında yapılması gereken işlemleri okul içi yapılacak bir etkinlik üzerinden belirlemesi sağlanır. • Organizasyon sonrası yapılacak değerlendirmenin aşamalarını okul içi yapılacak bir etkinlik üzerinden belirlemesi sağlanır. • Okul içinde yapılacak bir organizasyon üzerinden başarılı bir organizasyon için yapılması gerekenleri uygulaması sağlanır. • Gerçekleştirilmiş organizasyonlardan (iyi-kötü) örnekler gösteren sunu hazırlatılır. • Organizasyon araştırma, planlama ve uygulama aşamalarını gösteren tablo hazırlatılır. • Organizasyon tasarım dosyası hazırlatılır. • • Hazırlanan tasarım dosyasını sınıf, atölye ortamında sunması sağlanır.

Halkla İlişkiler Faaliyetleri	1. Sponsorluk 2. Basınla İlişkiler 3. Kurumsal İtibarın Korunması	1. **Seçilen sponsorluk alanına göre sponsorluk faaliyetinin yürütülmesine yardımcı olur.** • Sponsorluk ile ilgili kavramları; yapılan bir uygulama çalışmasında açıklar. • Sponsorluk çeşitlerini maddeler ile sıralar, tabloda göstermesi sağlanır. • Sponsorluğun faydalarını, kurum itibarı açısından belirtir. • Sponsorluk öncesinde, sponsorluğun uygulanması ve değerlendirilmesi aşamalarında yapılanları içeren plan dosyası hazırlatılır. • Sponsorluk ile ilgili mesleki yazılar yazdırılır. 2. **Basın kuruluşları ile işbirliği geliştirecek materyal ve etkinlikleri tasarlar.** • Medya ile ilişki kurmanın önemi ve kuruma sağladığı faydaları açıklaması sağlanır. • Halkla ilişkiler görevlisinin medya hakkında bilmesi gerekenleri, açıklaması ve örneklendirmesi sağlanır. • Medya ile ilişkilerde dikkat edilmesi gerekenleri, iletişimi ve planlaması yönünden açıklar. • Medya ile ilişki kurmada kullanılacak yöntemleri sıralayarak, örneklendirmesi sağlanır. • Kurumun ilişkide olduğu medya kuruluşlarını ziyaret etmenin önemini kavraması sağlanır. • Haber yazma teknikleri (Ters – Düz Piramit, Kare, Dikdörtgen, Serbest, vb.) örnek bir haber metni üzerinde uygulatılır. • Bir olayın basın bülteninde yer alacak haber değeri taşıyıp taşımadığını belirlemesi sağlanır. 3. **Kurumsal itibarın oluşturulması ve koruma yöntemlerini sıralar.** • Kurumsal itibarın ne olduğunu belirtmesi ve kurumsal itibarın hangi kavramların toplamı olduğunu sıralaması sağlanır. • Kurum kültürü kavramını ve işlevlerini açıklaması sağlanır. • Kurum kimliği kavramını ve kimliği oluşturan unsurları açıklaması sağlanır. • Kurum kimliği unsuru olan bir amblem hazırlaması sağlanır. • Kurum kimliği unsuru olan bir slogan yazması sağlanır. • Kurum ve marka imajı kavramlarını açıklaması sağlanır. • Kurumsal iletişim kavramını ve faydalarını açıklaması sağlanır. • Sosyal sorumluluk çalışmalarının kurumsal itibar açısından önemini açıklaması sağlanır. • Kurumsal itibarın önemini açıklaması sağlanır. • Örnek bir çalışmayla, kurumsal itibar yönetimini anlatan sunu hazırlaması sağlanır.

Kurum İçi Halkla İlişkiler	1. Kurum İçi Halkla İlişkiler Kavramı 2. Kurum İçi Halkla İlişkiler Araçları ve Ortamları 3. Kurum İçi Halkla İlişkilerde Yazılı İletişim Araçları 4. Kurum İçi Halkla İlişkilerde İşletme Gazetesi/ Dergisi 5. Görüşme Yöntemleri 6. Kurum İçi Halkla İlişkilerde Toplantılar	1. **Kurum içi halkla ilişkileri açıklar.** • Kurum içi halkla ilişkiler kavramı açıklanır. • Kurum içi halkla ilişkilerin kavranması için hedef kitleye kısaca açıklanır. Uygulama faaliyeti yaptırılır. • Kurum içi halkla ilişkilerin önemini aktarılır. • Kurum içi halkla ilişkilerin önemini anlatan bir sunum hazırlatır. • Kurum içi halkla ilişkilerin amaçlarını aktarılır. 2. **Kurum içi halkla ilişkiler araçlarını açıklar.** • Kurum içi halkla ilişkiler kanallarını, okulda kullanması sağlanarak açıklatır. • Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan araçları listeletir. • İşletme gazetesi örneklerinden pano hazırlatır. • Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılabilecek mektup örnekleri yazdırır. • İlan panosu hazırlatır. • Dilek ve şikâyet kutusu hazırlatır. 3. **Kurum içi yazılar yazar.** • Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan yazılı araçları araştırarak listelemesi sağlanır. • Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan yazılı araçların hangi amaçlarla kullanıldığını inceleterek, açıklatır. • Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan yazılı araçları hazırlama yöntemlerini örnekler üzerinden inceleterek sıralatır. • Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılan yazılı araçların tasarımını yaparken dikkat etmesi gereken kuralları örnekler üzerinden inceleterek listeler. o El kitapçığı tasarlatır. o Bülten çıkartır. o Broşür hazırlatır. o Afiş yaptırır. o Kartvizit tasarlar. o Kurum Yayını (Kurum Gazetesi/Dergisi o Mektuplar o Raporlar o Yıllık 4. **İşletme gazetesi/dergisi hazırlamanın aşamalarını açıklar.** • İşletme dergisi ve gazetesiyle ilgili bilgiler verilir. • İşletme dergisi ve gazetesinde yer verilecek konular açıklanır. • İşletme dergisi ve gazetesinde hazırlık ile yazım aşamasında dikkat edilmesi gerekenler açıklanır. • Kuruma ait verileri toplatır. • Personele ait verileri toplatır. • Kurumsal verileri habere dönüştürür. • Gazete veya dergi taslağını hazırlatır. 5. **Görüşme yöntemlerini kullanarak görüşme yapar.**

		• İş yaşamında kullanılan davranış ve protokol kuralları verilir. • Yüz yüze görüşmelerde dikkat edilmesi gereken noktalar verilir. • Telefonla görüşmelerde dikkat edilmesi gereken noktalar verilir. • Protokol kuralları da dikkate alınarak telefonla ve yüz yüze görüşme dramatizasyon çalışması yaptırır. 6. **Farklı amaçlar için toplantı düzenler.** • Toplantı türleri sıralanır. Her biri kısaca açıklanır. • Verimli bir toplantı için yapılacak işlemler sıralanır. • Toplantıda kullanılacak belgeler verilir. • Toplantı duyuru taslağı verilir. • Toplantı duyuru taslağının hazırlanıp göndermesi sağlanır.
Tanıtım Kampanyaları	1. Halkla İlişkiler ve Tanıtım 2. Tanıtım Türleri 3. Tanıtım Materyalleri Belirleme 4. Marka Tanıtım Kampanyası Hazırlama 5. Etkinliklerde Marka Tanıtımı Yapma 6. Tanıtım faaliyet raporunun hazırlanması	1. **Halkla ilişkiler ve tanıtım ilişkisini inceler.** • Tanıtım ile ilgili kavramları örnek tanıtım çalışması üzerinden açıklatır. • Tanıtımın fonksiyonlarını örnek tanıtım çalışması üzerinden açıklatır. • Tanıtımın amaçlarını örnek tanıtım çalışması üzerinden sıralatır. 2. **Tanıtım türlerini sınıflandırır.** • Tanıtım türleri ile ilgili kavramları açıklatır. • Tanıtım çeşitlerini sıralatır. • Ticari tanıtımın özelliklerini örnek tanıtım çalışması üzerinden sıralatır. • Kişisel tanıtımın yöntemlerini örnek tanıtım çalışması üzerinden sıralatır. • Toplumsal tanıtımın işlevlerini örnek tanıtım çalışması üzerinden sıralatır. 3. **Tanıtım materyallerini seçer.** • Tanıtımda kullanılacak görsel materyalleri hazırlatır. • Tanıtımda kullanılacak işitsel materyalleri seçtirir. • Tanıtımda kullanılacak yazılı materyalleri hazırlatır. • Tanıtımında yardımcı hizmetleri seçmesi sağlanır. • Tanıtım donatı elemanlarını kullanması sağlanır. • Tanıtım etkinlikleri oluşturması sağlanır. • Kullanılacak teknik ekipmanlar inceleyerek seçmesi sağlanır. 4. **Tanıtım kampanyasının araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme sürecini açıklar.** • Kampanya planlama aşamaları ile ilgili kavramları örnek tanıtım kampanyası çalışması üzerinden açıklatır. • Marka kavramını örneklerle açıklatır. • Marka yaratma sürecini yönetir. • Marka stratejisinin oluşturma sürecini yönetir. • Marka konumlandırma çalışması yaptırır. • Marka tanıtım kampanyasının araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme sürecini yürütür.

		5. **Etkinliklerde ürün ve firma tanıtımı yapar.** • Sergi ve fuarlarda marka tanıtımı yaptırır. • Sanatsal faaliyetlerde marka tanıtımı yaptırır. • Çeşitli kitle iletişim araçlarında marka tanıtımı yaptırır. • Etkinlik alanında sergilenen ürünler hakkında müşteriyi bilgilendirilmesi sağlanır. • Yapılan tanıtım etkinliklerin değerlendirmesini yaptırır. 6. **Yapılan tanıtım faaliyetinin raporunu hazırlar.** • Tanıtım standını ziyaret eden kişi sayısının istatistiğini hazırlatır. • Tanıtım öncesi ve sonrası ürüne talep oranlarını karşılaştıracak rapor hazırlatır. • Yapılan tanıtım çalışmasının satışa dönüp dönmediğine dair araştırma yaptırır. • Tanıtım kampanyasının verimliliğine dair rapor hazırlar.
Halkla ilişkilerde Kampanya	**1.** Araştırma **2.** Halkla ilişkiler Kampanya Planı **3.** Kampanya Uygulama **4.** Kampanya Değerlendirmesi	**1. Kampanyanın araştırma aşamasında hedef kitleyi seçer.** • Kampanya için araştırma yaptırır. • Kampanyanın araştırma faaliyetlerinde nitel ve nicel araştırma yöntemlerini kullandırır. • Kampanya araştırması için durum analizi yaptırır. • Hedef kitle kavramını açıklatır. • Hedef kitle için halkla ilişkiler hedeflerini belirletir. • Araştırmanın nasıl yapılması gerektiğini örnek çalışma üzerinden açıklar • Araştırma verilerinin toplanması sağlanır. • Kampanya teklifi hazırlatır. • Halkla ilişkilerde kullanılan araştırma türlerini kullanması sağlanır. • Kurumda var olan sorunları saptar • Swot analizi yapar. (Kurumun güçlü, zayıf yönleriyle kurumun fırsat ve tehditlerini bulur.) • Halkla ilişkiler kampanyası kavramını açıklatır. • Halkla ilişkiler kampanyasının amaçlarını listeletir. • Halkla ilişkiler kampanyasının hedeflerini belirletir. • Sosyal sorumluluk temelli halkla ilişkiler kampanyalarını örnek çalışmalar üzerinden açıklatır. • Sponsorluk temelli halkla ilişkiler kampanyalarını örnek çalışmalar üzerinden açıklatır. • Pazarlama amaçlı halkla ilişkiler kampanyalarını örnek çalışmalar üzerinden açıklatır. **2. Halkla ilişkiler kampanyası planını hazırlar.** • Planlama kavramını açıklatır. • Kampanyanın amaç ve hedeflerini belirletir. • Kampanyanın iletişim stratejisini belirletir. • Kampanya için slogan hazırlatır. • Kampanyanın medya stratejisini oluşturur. • Etkinlik kavramını açıklatır ve kampanyanın etkinlik stratejisini oluşturur. • Uygulama takvimi hazırlatır. **3. Kampanyanın uygulama sürecinde görev alır.** • Görevlendirme ve Kontrol Listelerini hazırlatır.

		• Uygulama şemasını düzenletir. • Uygulama esnasında medya ile ilişkileri kurdurur. • Etkinlik takvimini uygulatır. **4. Kampanya değerlendirme raporunu hazırlar.** • Kampanya değerlendirmenin amaçlarını örnek çalışma üzerinden açıklatır. • Değerlendirme yaparken kullanılacak soruları hazırlatır. • Performans değerlendirmesi yaptırır. • Performans değerlendirme yöntemlerini seçtirir. • Performans Değerlendirmede karşılaşılan sorunları açıklatır • Planlama aşamasını değerlendirmesini yaptırır. • Uygulama aşamasının değerlendirmesini yaptırır. • Etki değerlendirmesini anket çalışması üzerinden yaptırır. • Değerlendirme raporunu yazdırır.

UYGULAMA FAALİYETLERİ/TEMRİNLER	
Halkla İlişkiler Ve Diğer Disiplinlerle İlişkisi	**1.** Kitle iletişim araçlarında yayınlanan reklam örneklerini inceleyerek reklam hazırlamak **2.** Çeşitli propaganda örneklerini gösteren sunu hazırlamak **3.** Halka ilişkiler ve lobicilik arasındaki fark ve benzerlikleri tablo olarak çizmek **4.** Firmaların pazarlama çalışmalarını içeren dosya hazırlamak
Halkla İlişkiler Yaklaşımı	**1.** Proaktif iletişim modeli ile ilgili sunum yapmak **2.** Bir işletmenin proaktif iletişim planını örnek olarak alınıp incelemek **3.** Reaktif iletişim modeli ile ilgili sunum yapmak **4.** Bir işletmenin reaktif iletişim planını örnek olarak alınıp incelemek **5.** Bir işletmenin kriz planını örnek olarak alınıp incelemek **6.** Reaktif iletişim için iletişim kanalları seçmek
Organizasyon Ve Çeşitleri	**1.** Organizasyonlar ile ilgili kavramları araştırarak dosya hazırlamak **2.** Organizasyonun hizmet alanlarını sınıflandırarak organizasyon çeşidine uygun kullanılacak donatı malzemelerini hazırlamak **3.** Organizasyon mekân tasarım örnekleri hazırlamak **4.** Okul şartlarında kurumsal, sosyal ve kültürel vb. çeşidine uygun organizasyonlar düzenlemek
Halkla İlişkiler Faaliyetleri	**1.** Sponsorluk alanları ve sponsor olan firma örneklerini sunmak **2.** Yazım tekniklerine uygun basın bülteni yazmak(içerik, üslup, sayfa düzeni, vb.) **3.** İlgili kurumlara gerekli araçları kullanarak basın bültenini göndermek **4.** Basın bülteni yayını takibi yapmak **5.** Kurum imajı için slogan yazmak **6.** Marka imajı için amblem hazırlamak **7.** Marka imajı için logo hazırlamak
Kurum İçi Halkla İlişkiler	**1.** Okulda yürütülen kurum içi iletişimin faaliyetleri ile ilgili dosya hazırlamak **2.** Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılabilecek mail örnekleri yazmak **3.** İlan panosu hazırlamak **4.** Kurumun yaptığı faaliyetlerle ilgili sergi hazırlamak **5.** Dilek ve şikâyet kutusu hazırlamak **6.** El kitapçığı tasarlamak **7.** Bülten çıkarmak **8.** Depliyan yapmak

	9. Broşür hazırlamak **10.** Pankart tasarlamak **11.** Afiş hazırlamak **12.** El ilanı hazırlamak **13.** Kartvizit hazırlamak **14.** Gazete dergi taslağını hazırlamak **15.** Protokol kurallarını uygulamak **16.** Yüz yüze görüşme yapmak **17.** Telefonla görüşme yapmak **18.** Web cam görüşme yapmak **19.** Okulda Eğitim-kültür toplantısı hazırlamak **20.** Okulda bilimsel toplantılar düzenleme
Tanıtım Kampanyaları	**1.** Tanıtım ile ilgili kavramları araştırma **2.** Halkla ilişkiler ve tanıtım ilişkisini çözümleme **3.** Tanıtım türlerini gösteren duvar panosu hazırlama **4.** Tanıtım türlerini bilişim teknolojileriyle sunma **5.** Tanıtım türüne uygun materyalleri şema ile gösterme **6.** Tanıtım kampanyası planlama aşamalarını ile ilgili pano hazırlama **7.** Okul alan-dal tanıtım kampanyası hazırlama **8.** Sergi-fuarda teşhir edilecek ürünleri seçme **9.** Sergi-fuarda kullanılacak katalog ya da broşürleri temin etme **10.** Sergi ve fuarlarda ürünü müşteriye tanıtma **11.** Sergi-fuar standını ziyaret eden müşteriyi karşılama
Halkla İlişkilerde Kampanya	**1.** Araştırma ile Örnek çalışma ile kampanya için hedef kitle belirleme **2.** Örnek çalışma ile kampanya planı hazırlar. Etkinlik takvimini uygular **3.** Kampanya uygulamalarında görev almak **4.** Değerlendirme raporunu yazma

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 herhangi 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 inceletebilirsiniz.
- Yazılı ve görsel basında yer alan tanıtım kampanyalarını; inceletebilirsiniz.
- Yazılı ve görsel basında yer alan marka yaratma sürecini inceletebilirsiniz.
- 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.
- İntranet 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 dahilin de 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, çıkarcı 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.