İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP415	Halkla İlişkiler ve Etkileşimli Medya	7	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; öğrencinin, halkla ilişkilere yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin uyarlanması, çok sayıda yazılı, işitsel ve görsel materyalin ortaya çıkması, on-line gazetelerin ve dergilerin yayınlanması, MSNBC, Facebook, Twitter, Friendfeed, Linkedin...vs. gibi networklerin ortaya çıkması, böylelikle enformasyonu depolama ve paylaşma kapasitesinin artması ve yeni tüketici kitlelere bilgi dağıtımının hız kazanması, halkla ilişkileri kullanan örgütlerin sayısının artması ve halkla ilişkiler örgütlerinin sayısının artması,endüstriye uyarlanabilir yeni teknolojilerin miktarı ve çeşitliliğinin artması, müşterilere, medyaya, rakipler ve endüstriye ilişkiye ilişkin bilginin toplanması ve depolanması gibi gelişimlerin halkla ilişkiler alanına etkisini inceleyebilmesini ve örneklerle yorumlayabilmesini sağlamaktır.
İçerik	1.Hafta: Etkileşimli medya kavramı, halkla ilişkilerde etkileşimli medya ile geleneksel medya kullanımı karşılaştırması 2.Hafta: Halkla İlişkilerin Dijital Evrimi ve dijital düşünce sistemi oluşturma 3.Hafta: Sosyal Dinleme & Veri Toplama Araçları 4.Hafta: Yaratıcı formatlar, platform farklılıkları 5.Hafta: Viral halkla ilişkiler ve sosyal topluluklar etkileşimi 6.Hafta: Sosyal ağlarda içerik yönetimi 7.Hafta: Vize sınavı 8.Hafta: Etkileşimli medyada basın bülteni ve RSS beslemeleri 9.Hafta: On-line medya odası, pod-casting ve arama motoru optimizasyonu 10.Hafta: Uzman konuk daveti 11.Hafta: Üretken Yapay Zeka (Generative AI) Fırsatlar ve Sınırlar 12.Hafta: Markaların yeni güç kaynağı: Kişi odaklı uygulamalar 13.Hafta: Etkileşimli medyada stratejik halkla ilişkiler planı hazırlama 14.Hafta: Ödev sunumu
Kaynaklar	BREAKENRIDGE, Deirdre (2008). PR 2.0: new media, new tools,new audiences, FT Press. DILENSCHNEIDER, Robert L. (2010). The AMA handbook ofpublic relations [electronicresource], AMACOM, NewYork. SCOTT, David Meerman (2010). Thenew rules of marketing and PR,MediaCat Kitapları: digitalage, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.,İstanbul. SOLIS, Brian (2009). Putting the public back in public relations : how social media is reinventing the aging business of PR, Upper Saddle River, N.J. : FT Press. Süreli yayınlar: Journal of Public Relations Research Public Relations Quarterly Public Relations Review

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Etkileşimli medya kavramı, halkla ilişkilerde etkileşimli medya ile geleneksel medya kullanımı karşılaştırması
2	Halkla İlişkilerin Dijital Evrimi ve dijital düşünce sistemi oluşturma
3	Sosyal Dinleme & Veri Toplama Araçları
4	Yaratıcı formatlar, platform farklılıkları
5	Viral halkla ilişkiler ve sosyal topluluklar etkileşimi
6	Sosyal ağlarda içerik yönetimi
7	Vize sınavı

Hafta	Konu Başlıkları
8	Etkileşimli medyada basın bülteni ve RSS beslemeleri
9	On-line medya odası, pod-casting ve arama motoru optimizasyonu
10	Uzman konuk daveti
11	Üretken Yapay Zeka (Generative AI) Fırsatlar ve Sınırlar
12	Markaların yeni güç kaynağı: Kişi odaklı uygulamalar
13	Etkileşimli medyada stratejik halkla ilişkiler planı hazırlama
14	Öğrenci sunumları