

## İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP401	Halkla İlişkiler Kampanyaları Tasarımı	7	4	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	<p>Bu ders, bir halkla ilişkiler kampanyasının araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarını tasarlanmasını tüm detayları ile uygulanmaya konulmasını amaçlamaktadır.</p> <p>Bu derste öğrenciler bir halkla ilişkiler kampanyası tasarlayarak hayata geçireceklerdir.</p>
İçerik	Stratejik iletişimde kampanya tasarımı süreci Araştırma / Planlama / Uygulama / Değerlendirme
Kaynaklar	<p>Ders notları.</p> <p>BOBBITT Randy ve SULLIVAN Ruth, Developing the Public Relations Campaigns: A Team-Based Approach, Boston: Pearson Education, 2004.</p> <p>ÇINARLI İnci, Stratejik İletişim Yönetimi, İstanbul: Beta Yayınları, 2009.</p> <p>GREGORY Anne, Planning and Managing Public Relations Campaigns, 2nd. ed., London: Kogan Page Ltd., 2000.</p> <p>HENDRIX Jerry A. ve HAYES Darrell C., Public Relations Cases, 7th. Edition, California: Thomson Wadsworth, 2007.</p> <p>KENDALL Robert, Public Relations Campaign Strategies, 2nd. ed., NY: Addison Wesley Educational Publishers, 1996.</p> <p>MATERA Fran R. ve ARTIGUE Ray J., Public Relations Campaigns and Techniques, MA: Allyn and Bacon, 2000.</p> <p>MOREL Philippe, Les RP au Cas par Cas: Les Relations Publiques au Service des Relations Presse, Paris: Vuibert, 2002.</p> <p>OLIVER Sandra, Public Relations Strategy, London: Kogan Page Ltd., 2001.</p> <p>SMITH Ronald D., Strategic Planning for Public Relations, 2nd. ed., New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2004.</p> <p>WATSON Tom ve NOBLE Paul, Evaluating Public Relations: A Best Practice Guide to Public Relations Planning, Research and Evaluation, London: Kogan Page, 2005.</p> <p>YAYINOĞLU ERASLAN Pınar, Halkla İlişkilerde Araştırma, İstanbul: Birsen Yayınları, 2005.</p>

## Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Derse Giriş
2	Stratejik iletişim yönetimi ve kampanya tasarımı. Stratejik iletişimde kampanya tasarım süreci: dokuz adım.
3	Araştırma (durum analizi, Birincil ve ikincil araştırma .
4	PEST ve SWOT analizleri. Hedef kitlelerin analizi. Paydaş, Kamu ve Gündem Evresi
5	Planlama: Amaç ve hedeflerin belirlenmesi. Strateji (proaktif ve reaktif stratejiler) ve taktiklerin belirlenmesi.
6	Öğrencilerin kampanyalarının araştırma aşamalarının ön değerlendirilmesi Stratejik halkla ilişkiler kampanya tasarımı örnekleri.
7	Uygulama: Zaman planlaması Bütçeleme. Planın Yazımı Halkla ilişkilerde ölçme ve değerlendirme sürecinin ana bileşenleri Değerlendirme yöntemleri ve çıktıların değerlendirilmesi
8	Vize Sınavı
9	Öğrenci projelerinin planlama aşamalarının ön değerlendirilmesi
10	Öğrenci projelerinin uygulama aşamalarının ön değerlendirilmesi
11	Proje sunumları
12	Proje sunumları
13	Proje sunumları
14	Proje sunumları