

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

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Stratejik iletişim yönetimi ve kampanya tasarımı / Stratejik iletişimde kampanya tasarım süreci: dokuz adım
2	Araştırma (durum analizi, benchmarking, kriz ve risk durumları...): Birincil ve ikincil araştırma / PEST ve SWOT analizleri / Hedef kitlelerin analizi
3	Planlama: Amaç ve hedeflerin belirlenmesi / Strateji (proaktif ve reaktif stratejiler) ve taktiklerin belirlenmesi