

EHIR325 - New Media and Public Relations / New Media and Public Relations

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	New Media and Public Relations / New Media and Public Relations	
Ders Kodu / Course Code	EHIR325	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Ön koşul bulunmamaktadır.	There are no prerequisites.
Amacı / Purpose	Halkla İlişkiler ve medya ilişkisinin önemini ortaya koymak, Geleneksel medya temeli üzerinden yeni medya ortamlarının halkla ilişkiler alanında kullanımı aktarmak, farklı işletme yapılarında halkla ilişkiler uygulamalarını öğretmek amaçlanmaktadır.	It is aimed to reveal the importance of public relations and media relations, to convey the use of new media environments in the field of public relations on the basis of traditional media, and to teach public relations practices in different business structures.
İçeriği / Content	Halkla İlişkilerin medya ile ilişkilerde ki konumunun incelenmesi.Halkla ilişkilerde geleneksel ortamların kullanımı ve önemi. Halkla İlişkiler uygulamalarında dijital ortamların kullanımı ve yeni medyanın kavramsal olarak ele alınması. işletme yapılarında yeni medyanın halkla ilişkiler amaçlı kullanımı ve örneklendirilmesi.	Examination of the position of public relations in relations with the media. The use and importance of traditional media in public relations. The use of digital media in public relations practices and conceptual handling of new media. the use and exemplification of new media for public relations in business structures.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Halkla İlişkiler ve Medya Aydemir Okay- Ayla Okay Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu Halkla İlişkiler kavram Strateji ve uygulamaları-Ayla Okay- Aydemir Okay Yeni Medya Güncel Tartışmalar Ekseninde- Ed.Mehmet Gökhan Genel Sanal ortamda İletişim-Bir halkla ilişkiler perspektifi-Yeşim Güçdemir New Media Versus Social Media A Conceptualization of Their Meanings, Uses, and Implications for Public Relations-Chiara Valentini -Dean Kruckeberg Halkla İlişkiler Perspektifiyle Yapay Zekâ (A.I.)-Ş. Güzin Ilıcak Aydınalp Dijital Pazarlamada Yeni Bir Yöntem Olarak Firmaların Pr Kapsamında Nft (Non-Fungible Token) Uygulamaları İle Marka İmajı Güçlendirme Faaliyetlerinin İrdelenmesi-Yeliz Ayık Ersoy/. Recep Baki Deniz İspir, Naci, Yusuf Yurdigül, and Yavuz Küçükalkan. "Halkla İlişkiler Etiği." Tarih Okulu Dergisi (2015): 353-375.	Public Relations and Media Aydemir Okay- Ayla Okay What is Public Relations? Filiz Balta Peltekoğlu Public Relations Concept Strategy and Applications-Ayla Okay- Aydemir Okay New Media on the Axis of Current Discussions- Ed.Mehmet Gökhan Genel Communication in the virtual environment-A public relations perspective-Yeşim Gücdemir New Media Versus Social Media A Conceptualization of Their Meanings, Uses, and Implications for Public Relations-Chiara Valentini -Dean Kruckeberg Halkla İlişkiler Perspektifiyle Yapay Zekâ (A.I.)-Ş. Güzin Ilıcak Aydınalp Dijital Pazarlamada Yeni Bir Yöntem Olarak Firmaların Pr Kapsamında Nft (Non-Fungible Token) Uygulamaları İle Marka İmajı Güçlendirme Faaliyetlerinin İrdelenmesi -Yeliz Ayık Ersoy/. Recep Baki Deniz İspir, Naci, Yusuf Yurdigül, and Yavuz Küçükalkan. "Halkla İlişkiler Etiği." Tarih Okulu Dergisi (2015): 353-375.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr.Üye Yelda Şenkal	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Halkla ilişkilerin işlevleri, tanımı ve tarihçesi hakkında bilgi ve kavrayış oluşturur.	Builds knowledge and understanding of the functions, definition and history of public relations.
2	Halkla ilişkiler ve medya ilişkisinin önem ve gerekliliğini kavrar.	Understands the importance and necessity of public relations and media relations.
3	Yeni medyanın özelliklerini ve geleneksel medyadan farklarını kavrayabilir.	Comprehend the characteristics of new media and its differences from traditional media.
4	Hedef kitleye ulaşmak için yeni medyayı kullanarak bir halkla ilişkiler programı tasarlayabilir	Can design a public relations program using new media to reach the target audience
5	Yeni medyayı halkla ilişkiler uygulamalarında başarıyla kullanır.	Uses new media successfully in public relations practices.
6	Geleneksel medya ve yeni medyanın etik açıdan değerlendirmesini yapabilir, olumlu ve olumsuz yönlerini değerlendirebilir.	She-he can evaluate the traditional media and new media in terms of ethics, and evaluate the positive and negative aspects.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Derse Giriş-Halkla İlişkilere Genel Bakış				
	Introduction to the Course-Public Relations Overview				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri- Etkileşim Tezleri				
	Public Relations and Media Relations - Interaction Theses				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla İlişkiler ve Geleneksel medya ortamları				
	Public Relations and Traditional media environments				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Medya Kavramı ve Özellikleri				
	New Media Concept and Characteristics				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla İlişkiler ve yeni medya				
	Public Relations and new media				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Kamu Kurumlarında Halkla İlişkiler Amaçlı Yeni Medya Kullanımı				
	Use of New Media for Public Relations in Public Institutions				
7	Dijitalleşme ile Halkla ilişkilerin Dönüşümü üzerinden Bir bakış Şöhretler-Hayranlar				
	An Overview of the Transformation of Public Relations with Digitalization Celebrities-Fans				
8	Vize				
	Midterm				
9	Kriz Yönetiminde Medya İle İletişim				
	Communication with the Media in Crisis Management				
10	Kriz Ortamı Olarak Yeni Medya Ortamları ve Halkla İlişkiler				
	New Media Environments and Public Relations as a Crisis Environment				
11	Sanal Dünyada Halkla İlişkilerin Geleceği				
	The Future of Public Relations in the Virtual World				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Medya İle İlişkilerde Etik				
	Ethics in Media Relations				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Medya Ortamlarında Bilgi Paylaşımı Etik ihlaller.				
	Sharing Information in New Media Environments Ethical violations.				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Genel Tekrar				
	An overview				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	10.00	10.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	5	10.00	50.00
Final Sınavı / Final Examination	1	10.00	10.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	5	10.00	50.00
Toplam / Total:	12	40.00	120.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 120.00/25.00 = 4.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 120.00 / 25.00 = 4.80 ~

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Halkla ilişkilerin işlevleri, tanımı ve tarihçesi hakkında bilgi ve kavrayış oluşturur. / Builds knowledge and understanding of the functions, definition and history of public relations.	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	2	4	4	4
2.Halkla İlişkiler ve medya ilişkisinin önem ve gerekliliğini kavrar. / Understands the importance and necessity of public relations and media relations.	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	1	4	4	4
3.Yeni medyanın özelliklerini ve geleneksel medyadan farklarını kavrayabilir. / Comprehend the characteristics of new media and its differences from traditional media.	5	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	1	4	3	3
4.Hedef kitleye ulaşmak için yeni medyayı kullanarak bir halkla ilişkiler programı tasarlayabilir / Can design a public relations program using new media to reach the target audience	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	1	3	4	4
5.Yeni medyayı halkla ilişkiler uygulamalarında başarıyla kullanır. / Uses new media successfully in public relations practices.	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	1	3	4	4
6.Geleneksel medya ve yeni medyanın etik açıdan değerlendirmesini yapabilir, olumlu ve olumsuz yönlerini değerlendirebilir. / She-he can evaluate the traditional media and new media in terms of ethics, and evaluate the positive and negative aspects.	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	1	3	4	4

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high