**DERS TANITIMI**

DERS ADI: Reklam ve Halkla İlişkiler Ajans İşletmeciliği

DERS KODU: PRL403

**BÖLÜM / ANABİLİM DALI:** Halkla ilişkiler/ İletişim Fakültesi

**AKADEMİK PROGRAM: Lisans**

**Lisans / Yüksek Lisans / Doktora**

DÖNEM: 2015-2016 Güz

KREDİ: 3

Günü/Saati/Yeri: Pazartesi,11.00-13.50, Derslik: 21

TEORİK/UYGULAMALI: Teorik

ZORUNLU/ŞEÇMELİ: Zorunlu

DERS DİLİ: Türkçe

**İLETİŞİM Yrd. Doç. Dr.** Nuran Öze, Öğretim Üyesi, nuran.oze@neu.edu.tr

**AMAÇ VE HEDEFLER:**

Bu ders, reklam ve halkla ilişkiler ajanslarında faaliyetlerin yürütülme şekillerini, ajansların hangi tür faaliyetler gerçekleştirdiklerini, bu faaliyetleri gerçekleştirirken ilişkileri düzenleme şekillerini, para kazanma yollarını incelerken ajanslardaki işletmecilik anlayışını ortaya koymaya çalışmaktadır.

Dersin Hedefleri:

1. Halkla ilişkiler, reklamcılık ve ajanslarla ile ilgili temel kavramlar bilgisi vermek
2. Reklam ve halkla ilişkiler ajanslarının işleyiş yapısını incelemek
3. Pazarlama çevresi, piyasa koşullarının reklam ve halkla ilişkiler ajanslarının faaliyetlerini etkileyişini saptamak
4. Ajans müşterileri için doğru faaliyetleri belirlemek

**DERS İÇERİĞİ:**

**1. Hafta:** Dersin Amaçlarını ve Sürecini Tanıma, Halkla İlişkilerin Ortaya Çıkış Serüvenini Eleştirel Perspektiften Anlatma Halkla İlişkiler Dört Basamaklı Sürecinin Örneklerle Açıklanması

**2. Hafta:** Reklam, Halka İlişkiler ve Ajans Kavramlarının İncelenmesi, Reklam ve Halkla İlişkiler Faaliyet Alanı Kıyaslaması

**3.Hafta:** Dünyada, Türkiye’de ve KKTC’de Faaliyet Gösteren Haber, Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarının İncelenmesi

**4.Hafta:** Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarının Yapısal Analizi, Açık Sistem Modeli ve Ajanslardaki Uygulaması

**5.Hafta:** Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarında Çevresel Özellikler

**6.Hafta:** Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarında Örgütsel Yapı

**7.Hafta:** Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarında İşlevsel Yapı

**8.Hafta:** Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarında Yönetim İşlevi

**9.Hafta:** Hazırlık Sınavı

**10.Hafta:** ARA SINAVLAR

**11.Hafta:** Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarında Planlama, Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarında Planlama Aşamalarının Örnek Üstünde Uygulanması

**12.Hafta:** Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarında Örgütleme İşlevi,

**13.Hafta:** Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarında İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevi

**14.Hafta:** Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarında Yöneltme (Yürütme) İşlevi **15.Hafta:** Reklam ve Halkla İlişkiler Ajanslarında Eşgüdümleme (Koordinasyon)

**16.Hafta:** Ders Tekrarı ve Hazırlık Sınavı

**17.Hafta:** Final Sınavları

**DEĞERLENDİRME YÖNTEMLERİ**

Konu anlatımı

Karşılıklı tartışma

Hazırlık sınavları

Konuyla ilgili örnek olay incelemeleri

Ödevler

Vize

Final

**ÖN KOŞULLAR ve ÖNERİLER:**

İnternet üzerinden konu ile ilgili araştırmalar, ilgili kitaplar üzerinden araştırmalar, süreli yayın taramaları, örnek olay incelemeleri

**DERS KİTABI / ÖNERİLEN OKUMA LİSTESİ:**

**Temel Kaynaklar:**

Gürüz, Demet (1999). Halkla İlişkiler, Reklam Ajansları İşletmeciliği ve Yönetimi. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi

**Yardımcı Kaynaklar:**

Sayımer, İdil ve Yayınoğlu, Pınar Erarslan (Edt.) (2008). Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler. İstanbul: Beta Yayınları.

L’etng Jacquie ve Pieczka Magda. (2002). Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar. Çev.:Gülcan Işık ve Diğerleri. Ankara: Vadi Yayınları.

Aydede, Ceyda. 2004. Profesyonel Bir İlişki: Medya ve Halkla İlişkiler. İstanbul: Rota Yayınları.

Tosun, Nurhan B. 2003. Pazarlama Halkla İlişkileri ve Reklam: Bütünleşik Pazarlama İletşimi Yönlü Bir Yaklaşım.