

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Public Relations 2.0 in Reputation Management / Public Relations 2.0 in Reputation Management	
Ders Kodu / Course Code	9203107172017	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Second Cycle / Second Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Evening Education / Evening Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilerde halkla ilişkileri derinden etkileyen dijital devrim konusunda bir farkındalık yaratmak ve öğrencilere sosyal medyayı halkla ilişkiler amaçları için nasıl etkin kullanabileceklerini göstermektir.	This course aims to help students learn how to use social media effectively for PR purposes.
İçeriği / Content	Farklı sosyal medya platformları ve özellikleri, bir yayıncı kuruluş olarak örgüt, kamularla sosyal medya üzerinden ilişki geliştirme, örgütsel monitörleme, marka gazeteciliği, çevrimiçi haber odaları, sosyal medya bültenleri vb.	Characteristics of social media, the rise of organizational publishing, developing relationships with publics through social media, monitoring publics, brand journalism, online newsroom, social media bulletins.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	
Staj Durumu / Internship Status	Yok	
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	<p>Brian Solis B. & Breakenridge D. (2009) Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR, New Jersey: Pearson Education, Inc. Publishing.</p> <p>Brown, R. (2009) Public relations And the Social Web: How to use social media and web 2.0 in communications Kogan Page Limited.</p> <p>Phillips D. and Young P. (2009) Online Public Relations A practical guide to developing an online strategy in the world of social media, USA: Kogan Page Limited.</p>	<p>Brian Solis B. & Breakenridge D. (2009) Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR, New Jersey: Pearson Education, Inc. Publishing.</p> <p>Brown, R. (2009) Public relations And the Social Web: How to use social media and web 2.0 in communications Kogan Page Limited.</p> <p>Phillips D. and Young P. (2009) Online Public Relations A practical guide to developing an online strategy in the world of social media, USA: Kogan Page Limited.</p>

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç.Dr.Özgür KÖSEOĞLU	
--	-----------------------	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Halka ilişkileri etkileyen dijital devrimin temel dinamiklerini anlayabilme.	Students will be able to understand the dynamics of digital revolution affecting PR.
2	Dijital devrimden sonra geleneksel halkla ilişkiler yöntem ve tekniklerinin halkla ilişkiler amaçlarına ulaşmada artık neden yetersiz kaldığını kavrayabilme.	Students will be able to comprehend why traditional PR methods fall short in achieving PR goals.
3	Farklı sosyal medya platformlarını ayırt edebilme ve belirli halkla ilişkiler amaçları için en uygun olanlarını seçebilme.	Students will be able to distinguish different social media platforms and choose the most appropriate ones for specific PR purposes.
4	Sosyal medyayı örgütsel kamularla ilişkileri geliştirip sürdürmek için nasıl etkili kullanabileceğini öğrenme.	Students will be able to learn how to use social media effectively to develop and maintain relationships with organizational publics.
5	Dijital öykü anlatımı ve marka gazeteciliği için haber yazma gibi bazı beceriler elde etme	Students will be able to demonstrate basic skills of writing digital stories, news for brand journalism.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Dijital Devrim: Yeni İş Ortamının Dinamikleri				
	Digital Revolution: The dynamics of new business environment				
2	The Fall of Traditional PR: How and Why traditional PR methods fall short in achieving organizational goals				
	Geleneksel Halkla İlişkiler Neden İşe Yaramıyor?				
3	Yeni Bir Halkla İlişkiler Ortamı Olarak Sosyal Medya: PR 2.0				
	Social Media as New PR Environment: PR2.0				
4	Örgüt İçin Bir Sosyal Medya Ekosistemi Yaratmak: Örgütsel Blog, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube vd.				
	Creating a New Social Media Ecosystem for Organization: Instagram, Youtube, Facebook, Twitter and others.				
5	Kamulara Doğrudan Ulaşmak: Yayıncı Örgüt Nedir?				
	Reaching the Publics directly: the rise of corporate publishing				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Sosyal Medyada İlişki Yönetimi Nedir?				
	The concept of relationship management in social media.				
7	Sosyal Medyada İlişki Yönetimi: Kamuları belirlemek				
	Relationship management in social media: Identifying organizational publics				
8	Arasınava				
	Midterm				
9	Sosyal Medyada İlişki Yönetimi: Fikir Liderlerini Saptamak, Sosyal Medyada Kamuları Monitörlmek ve Dinlemek				
	Relationship management in social media: Identifying opinion leaders in social media, Monitoring and listening publics in social media.				
10	Kamularla Diyalogsal İletişim				
	Dialogical communication with publics via social media				
11	Dijital Öykü Anlatımı				
	Digital story telling				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Kamular için Marka Gazeteciliği				
	Brand journalism for publics				
13	Sosyal Medyada Halkla İlişkiler Teknikleri: Sosyal Medya Basın Bülteni, Haber Odası				
	Social media techniques for PR: SM Press Bulletin, News room				
14	Video, Infografik, 3 Boyutlu Diyagramlar, Podcastlar, RSS, Sanal Dünyalar vb.				
	Video, Infographics, 3D diagrams, Podcasts, RSS, online communities, virtual worlds and others				
15	Sosyal Medya Ortamlarının Orkestrasyonu				
	Orchestration of social media				
16	Final sınavı				
	Final exam				

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	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Rapor Hazırlama / Report Preparation	4	10.00	40.00
Makale Kritik Etme / Criticising Paper	2	10.00	20.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	24.00	24.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	24.00	24.00
Okuma / Reading	14	3.00	42.00
Toplam / Total:	38	75.00	180.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 180.00/30.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 180.00 / 30.00 = 6.00 ~ 6.00			

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	1.1.1	1.1.1	1.1.1	
1.Halka ilişkileri etkileyen dijital devrimin temel dinamiklerini anlayabilme. / Students will be able to understand the dynamics of digital revolution affecting PR.	5												
2.Dijital devrimden sonra geleneksel halkla ilişkiler yöntem ve tekniklerinin halkla ilişkiler amaçlarına ulaşmada artık neden yetersiz kaldığını kavrayabilme. / Students will be able to comprehend why traditional PR methods fall short in achieving PR goals.			5										
3.Farklı sosyal medya platformlarını ayırt edebilme ve belirli halkla ilişkiler amaçları için en uygun olanlarını seçebilme. / Students will be able to distinguish different social media platforms and choose the most appropriate ones for specific PR purposes.			5		5								
4.Sosyal medyayı örgütsel kamularla ilişkileri geliştirip sürdürmek için nasıl etkili kullanabileceğini öğrenme. / Students will be able to learn how to use social media effectively to develop and maintain relationships with organizational publics.			5		5							5	
5.Dijital öykü anlatımı ve marka gazeteciliği için haber yazma gibi bazı beceriler elde etme / Students will be able to demonstrate basic skills of writing digital stories, news for brand journalism.												5	

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