



**T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ**

DANIŞMA KURULU TOPLANTI RAPORU

2025

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Kalite Komisyonu'nun 14/03/2025 tarihli ve 2025/6 sayılı kararı ile Bölüm Web Sayfasında yayınlanmak üzere kabul edilmiştir.

Tarih 12.02.2025

Yer: Online Zoom üzerinden

GÜNDEM

Ø Ders Planı yapılacak değişiklikler

Ø Bölüm Amaç ve Hedefler

Ø Akreditasyon Çalışmaları

Ø Program Çıktıları

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü olarak Bölümümüzün günümüz koşullarına uyarlanması öğrencilerimize ve alana katkı sağlaması amacıyla 12 Şubat Çarşamba günü saat 12:00’de online olarak gündem maddelerinde de belirtilen bölümümüzde yapılan bazı değişiklikler Danışma Kurulu’na sunulmuştur. Bölüm Başkanı Doç.Dr. Nesrin CANPOLAT’ın açılış konuşmasıyla başlayan toplantıda öncelikle Fakültemiz tanıtım filmi izletilmiş, Fakültemiz ve Bölümümüz hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Ardından Akreditasyon için yaptığımız çalışmalar, yenilenen Bölüm Eğitim Amaç ve Hedefleri, Bölümümüz Program Çıktıları ve Ders Planımız Danışma Kurulu üyeleri ile paylaşılmış onlardan görüşler alınmıştır.

BÖLÜM EĞİTİM AMACI

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık programının amacı; iletişim becerilerini etik ve sosyal sorumluluk bilinciyle çeşitli mecralarda etkili bir şekilde kullanabilen uzmanlar yetiştirmektir.

Temalar: 1) İletişim Becerileri 2) Etik/Sorumluluk 3) Mecralar 4) Etkinlik/Uzmanlık

BÖLÜM EĞİTİM HEDEFLERİ

1) Toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasal konulardaki disiplinlerarası bilgi birikiminden faydalanarak bireysel ya da ekip çalışmasıyla, alanında etkili içerik üreten, tasarlayan ve yöneten uzmanlar yetiştirmek

2) Alanındaki çalışmaların kamu yararı, çevre sorunları, eşitlik ve kültürel çeşitlilik gibi evrensel ve toplumsal konulardaki etik ve hukuki sonuçlarını dikkate alarak hareket eden uzmanlar yetiştirmek

3) Hitap ettiği hedef kitlelerin özellikleri, ihtiyaçları, farklılıkları temelinde strateji, yöntem ve teknikleri geliştirme ve çeşitli mecralarda uygulama becerisine sahip uzmanlar yetiştirmek

4) Yaratıcı ve eleştirel yaklaşımla, alanına özgü araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme becerisine sahip uzmanlar yetiştirmek

BÖLÜM PROGRAM ÇIKTILARI / KAZANIMLARI

	KAZANIM	HEDEF
1	Halkla ilişkiler, reklam, pazarlama ve bütünleşik pazarlama iletişimi alanına ilişkin temel kavram, kuram ve yöntem ile ilgili bilgi sahibidir.	4
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında hedef kitlelere uygun medya planlaması süreçlerini bilir.	4
3	Alanında yapılan faaliyetlerle ilgili periyodik raporlama yapma becerisine sahiptir.	4

4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili araştırma, planlama yapma yöntem ve tekniklerini kullanma becerisine sahiptir.	4
5	Kurum ve kuruluşlardaki kriz yönetimi süreçlerini bilir.	3
6	Kurum ve kuruluşların tanıtımıyla ilgili medya ve dijital medya iletişim tekniklerini ve sürecini bilir.	3
7	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında medya stratejisinin oluşturulmasını ve uygulamasını bilir.	3
8	Halkla ilişkiler ve reklamcılıkla ilgili yasal düzenlemeler ve etik konusunda bilgi sahibidir.	2
9	Reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarından pazarlama araştırmalarını yapma, tüketici davranışını araştırma ve bu araştırma verileri doğrultusunda planlama yapma becerisine sahiptir.	3
10	Halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarını yürütme becerisine sahiptir.	4
11	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında dijital ortamları ve sosyal medyayı kullanma becerisine sahiptir.	1
12	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında güncel ve etkili sunum tekniklerini kullanma becerisine sahiptir.	1
13	Toplumsal gelişmeleri yakından izleyerek hedef kitle davranışlarındaki değişimleri araştırıp elde ettiği bilgileri halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarında kullanma yetkinliğine sahiptir.	1
14	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sorunları çözmek için bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alarak ortaya çıkan sorunları çözme yetkinliğine sahiptir.	1
15	Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.	3
16	Geleneksel ve dijital mecralardaki tüketici davranışlarını bilimsel yöntemlerle analiz etme ve bu mecraların kendine özgü dinamiklerini değerlendirme yetkinliğine sahiptir.	3
17	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarıyla ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranma bilincine sahiptir.	2

Danışma Kurulu yenilenen Bölüm Eğitim Amaç ve Hedefleri ve Bölümümüz Program Çıktılarını uygun bulmuşlardır. Danışma Kurulu Üyeleri tarafından Ders Planına Sağlık İletişimi, Kamu Diplomasisi, Sürdürülebilirlik İletişimi, Yapay Zeka ve İletişim, Dijital İçerik Yönetimi, Toplumsal Cinsiyet, Psikanalitik Kuram ve Yaratıcılık, Reklam, Siyaset ve Etik, Eleştirel Kuramlar, Medya ve Tüketim Toplumu, Göç ve İletişim, Veri Madenciliği dersleri önerilmiştir. 5.1.Ayrıca Ders Planımızda yer alan Sosyal Medya Dersi'nin adının Sosyal Medya Yönetimi olarak değiştirilmesi istenmiştir. Bunun yanında Ders Planımızda olan Felsefe, Mitoloji ve Yazışma Teknikleri Derslerinin kaldırılması önerilmiştir.