



NİĞDE ÖMER HALISDEMİR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK
BÖLÜMÜ

BİTİRME PROJESİ KILAVUZU

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

BİTİRME PROJESİ KILAVUZU

GENEL İLKELER

- Bitirme Projesi dersine kayıt yaptıran öğrencilere 7. yarıyılıda danışman atanır.
- Öğrenciler, almış oldukları kuramsal ve uygulamalı dersler ile bağlantılı olmak şartıyla kuramsal ya da uygulamalı çalışma yapabilirler.
- Bitirme Projesi; “Bitirme Tezi” ya da “Uygulamalı Kampanya (Halkla İlişkiler / Reklam Kampanyası)” şeklinde hazırlanabilir.
- Danışman ataması sonrası her öğrenci Bitirme Projesi şekline dair dolduracağı imzalı formu (HIR Bitirme Projesi Formu) danışmanına teslim eder.
- Projeler bireysel olarak yapılır ve proje alanı belirlendikten sonra değiştirilemez.
- Bitirme Projesini tamamlayan öğrenci, eğitim-öğretim yılı sonunda basılı/elektronik ortamda bir kopyasını danışmanına teslim eder.
- Bitirme Projesi, danışman öğretim elemanı tarafından harf notu şeklinde değerlendirilir. Güz yarıyılı sonunda her öğrenci için danışman tarafından devam durumu OGRİS’e girilir.
- Bitirme Projesi; içerik, yaratıcılık ve etik açısından değerlendirilir.
- Bitirme Projesi kapsamındaki uygulamalı kampanyalar sınav evrakı niteliği taşıdığından herhangi bir başka yerde kullanılması için bölüm başkanlığının yazılı izninin alınması gerekmektedir.

1) BİTİRME TEZİ

- Bitirme Tezi, öğrenciye bir konuda kuramsal bilgiye ulaşma, bilgiyi kullanma ve raporlama becerisi kazandırmayı amaçlar.
- Bitirme Tezi, Ek 2’deki Bitirme Tezi Yazım Kuralları’na göre yazılır.
- Bitirme Tezi için temel başlıklar ve genel içerikleri şunlardır:

TEZİN BÖLÜMLERİ

ÖZET: Tezin kısa tanıtımını içerir.

İÇİNDEKİLER: Tez bölümleri ve alt bölümlerindeki başlıklar ile yer aldıkları sayfaların numaraları gösterilir.

GİRİŞ: Tez konusunun genel tanıtımını içerir.

LİTERATÜR TARAMASI: Tez konusu ile ilgili temel kavramlar ve konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmaları içerir.

YÖNTEM: Tezin kapsam ve sınırlılıkları, amacı, önemi, araştırma soruları/varsayımları, evren ve örnekleme, veri toplama araçları gibi çalışmanın metodolojisine dair açıklamaları içerir.

BULGULAR: Tezin uygulaması ile elde edilen bulgular açıklanır.

TARTIŞMA VE SONUÇ: Tezin bulgularının değerlendirilmesini içerir.

KAYNAKLAR: Çalışmada kullanılan kaynaklar liste halinde alfabetik olarak yazılır.

EKLER: Çalışmada kullanılan ilave form, şekil, tablo, görsel vb. içerir.

2) UYGULAMALI KAMPANYA

Halkla İlişkiler Kampanyası veya Reklam Kampanyası

- Halkla İlişkiler Kampanyası ile Reklam Kampanyası, öğrenciye uygulamalı olarak bir kampanya hazırlama ve raporlama becerisi kazandırmayı amaçlar.
- Daha önce bir ders kapsamında yapılmış/sunulmuş bir ödev/uygulama olmamalıdır. Bu durumun tespiti halinde proje kabul edilmeyecektir.

KAMPANYANIN BÖLÜMLERİ

ÖZET

Kampanyanın amacı ve uygulama süreçlerine dair 150-200 kelimelik kısa tanıtımını içerir.

A) DURUM ANALİZİ

Kampanya konusu ile ilgili araştırma sonucunda elde edilecek verilerin ayrı ayrı analizini içerir.

1. Sorun Saptama ve Araştırma
2. Durum Analizi (İçsel ve dışsal faktörler)
3. SWOT / PEST Analizi
4. Paydaş Analizi

B) PLANLAMA

Kampanya amaçları, hedef kitlesi, mesajları, faaliyet zamanlamasının belirlenmesi ve özgün fikre dayanan yaratıcı stratejisinin açıklanmasını içerir.

1. Kampanya Amaçları
2. İletişim Hedefleri
3. Hedef Kitle
4. Kampanya Mesajları (Temel ve alt mesajlar)
5. Yaratıcı Strateji
6. Taktik ve Araçlar
7. Zamanlama

C) UYGULAMA PLANI

Kampanyanın kısa ve uzun vadeli hedefleri doğrultusunda yapılacakların hangi sırayla, hangi tarihlerde yapılacağını, öngörülen bütçe kalemlerini, hangi mecraların neden seçildiğine dair açıklamalar ile tablo halinde medya planını içerir.

1. Kampanya Uygulama Adımları
2. Kampanya Uygulama Takvimi
3. Kampanya Bütçesi
4. Mecra Seçimi
5. Medya Planı

D) ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Kampanya takviminde belirlenen adımların başarısı için hedeflerin nasıl ölçüleceğini, her adımın ölçümü için nelere bakılacağını, kampanyanın kısa değerlendirmesini, varsa çözüm önerilerini içerir.

1. Genel Değerlendirme
2. Çözüm Önerileri
3. Uygulama Örnekleri (Afiş, billboard, broşür tasarımları vb.)

EKLER

- Ek 1 – Bitirme Projesi Kapak Örneği
- Ek 2 – Bitirme Tezi Yazım Kuralları
- Ek 3 – Uygulamalı Kampanya Raporlama Kuralları

EK 1

BİTİRME PROJESİ KAPAK ÖRNEĞİ



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

TEZ / KAMPANYA BAŞLIĞI

LİSANS BİTİRME PROJESİ

Hazırlayan

.....

Danışman

.....

Niğde – 202?

EK 2

BİTİRME TEZİ YAZIM KURALLARI

1. Noktalama ve yazım için Türk Dil Kurumu Yazım Kılavuzuna ve Türkçe Sözlüğüne uyulmalıdır. Tezde genellikle üçüncü şahıs kullanılmaya özen gösterilmelidir.
2. MS Word programında, A4 boyutunda (210x297 mm) kağıt kullanılmalı; sayfanın solundan 3 cm, alt, üst ve sağından 2,5 cm boşluk bırakılmalıdır. Tek yüze yazılmalıdır.
3. Tezin metin kısmında sayfa numaraları sayfanın ortasında yer almalıdır. Kapakta sayfa numarası gösterilmez.
4. Her bölüm yeni bir sayfadan başlatılmalıdır.
5. Metnin tamamı Times New Roman (12 punto) veya Ariel/Calibri (11 punto) olarak, 1,5 satır aralığında, iki yana yaslı şekilde olmalıdır. Paragraflar 1,25 cm içeriden başlamalıdır.
6. Metin içi tablo, şekil, grafik ve görseller numaralandırılmalı; açıklayıcı bir başlık verilmeli ve başlık üst kısımda yazılmalıdır.
7. Metin içinde doğrudan aktarmada alıntı, ana düşünce, biçim ve içerik yönünden değiştirilmeden kullanılır ve tırnak işareti içinde italik olarak yazılır. Dolaylı aktarmada ise ana düşünce değişmeksizin çalışmanın yazarının kendi anlatımı ve yorumuyla bilgi aktarımı yapılır ve tırnak işareti kullanılmaz. Her iki tür aktarmada da kaynak gösterilmesi zorunludur.
8. Kaynakçada yalnızca metinde gönderme yapılan eserlere yer verilmeli ve bu eserler yazar soyadına göre alfabetik bir sıra izlemelidir.
9. Kaynak gösterimi ve bu kılavuzda yer almayan diğer hususlar için Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Programlar Tez Yazım Kılavuzu dikkate alınmalıdır.

Metin İçi Alıntı Yapma Kuralları

- Tezde yapılan tüm alıntılar metnin içinde, sırasıyla yazarın soyadı, tarih ve sayfa numarası yazılarak belirtilmelidir (Bergson, 1959: 30), (Bergson, 1986: 30-35). Aynı kaynaklara yapılan diğer göndermelerde de aynı yöntem uygulanmalı, ‘a.g.e.’, ‘ibid.’, ‘op. cit.’ gibi ibareler kullanılmamalıdır. Yayın tarihi olmayan eserler için “tarih yok” anlamında ‘t.y.’ kısaltması kullanılmalıdır. Birbirini takip etmeyen sayfalara gönderme yapılıyorsa yazarın soyadı, tarih ve sayfa numaraları ayrı ayrı verilmelidir (Baytar, 2013: 55, 75).
- Tezde alıntı yapılan eser iki yazarlı ise her iki yazarın da soyadları belirtilmelidir (Deleuze ve Guattari, 2006: 4). Yazarlar ikiden fazlaysa, ilk yazarın soyadından sonra ‘ve diğerleri’ anlamında ‘vd.’ ibaresi kullanılmalıdır (Hall vd. 2000: 32). Birden fazla kaynağa yapılan göndermeler noktalı virgülle ayrılmalıdır (Billig, 2002: 25; Huyssen 1995: 50).
- Tezde yapılan alıntı eserin geneline yönelik ise yazarın soyadı ve tarihi verilmelidir (Huyssen, 1995).
- Bir yazarın aynı tarihli birden çok çalışmasına gönderme yapılmışsa, bu çalışmalarını birbirinden ayırt etmek için “a,b,c,...” ibareleri kullanılmalıdır (Connell, 2005a: 829), (Connell, 2005b: 35).
- Orijinal kaynak yerine ikincil kaynağa gönderme yapılıyorsa, metinde orijinal kaynak belirtildikten sonra parantez içinde ‘Aktaran’ anlamında ‘Akt.’ ibaresi kullanılarak ikincil kaynak belirtilmelidir. Hall’un temsil politikaları yaklaşımına göre...(Akt. Altınsay, 2011: 94-95).
- Metin içindeki doğrudan alıntılar tırnak içinde verilmelidir. 40 kelimeyi aşan alıntılar, tırnak işaretleri kullanılmadan girintili paragrafta ve ana metne göre bir punto küçük (11 punto) ile verilmelidir. Alıntı içinde vurgulanan sözcükler ise tek tırnak ile verilmelidir. Kitap ve film isimleri gibi özel nitelermeler italik harfler ile yazarın vurgu yapmak istediği sözcükler ise tek tırnakla belirtilmelidir.

Kaynakça Gösterimi

Sürekli Yayın

Yazarın Soyadı, Adının Baş Harfi. (Tarih). Makalenin adı. Derginin Adı, Cilt(sayı), Sayfa No.

Sürekli Yayın Örnekleri

Boz, H. (2001). Kitle iletişim araçları ve suskunluk sarmalı. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi, 32(1-2), 41-48.

Borman, W. C., Hanson, M. A., Oppler, S. H., Pulakos, E. D., and White, L. A. (1993, May). The people in organization. *Organizational Management*, 41, 21-30.

New drug appears to sharply cut risk of death from heart failure. (1993, July 15). *The Washington Post*, p. A12.

Bruce, T. (1994). Çocukların yaşamında oyunun rolü (çev. A. F. Altınoğlu). *Eğitim ve Bilim*, 18(92), 64-69. (Orijinal makalenin yayım tarihi, 1970)

Kitap

Yazarın Soyadı, Adının Baş Harfi. (Yıl). Kitabın adı (Baskı sayısı). Yayın Yeri: Yayınevi.

Kitap Örnekleri

Bıçerli, M. K. (2011). Çalışma ekonomisi. (6. basım). İstanbul: Beta Basım Yayıncılık.

Mitchell, T. R. and Larson, J. R. (1987). *People in organizations* (Third edition). New York:Mc Graw-Hill.

Devlet Planlama Teşkilatı. (2005). *Ekonomik ve sosyal göstergeler (1950-2004)*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.

Sayılan, F. ve Yıldız, A. (Editörler). (2006). *Yaşam boyu öğrenme*. Ankara: AÜ Sosyal Bilimler Enstitüsüne Pegem A Yayıncılık.

Freire, Paulo. (1991). *Ezilenlerin pedagojisi*. (Çev. D. Hattatoğlu ve Erol Özbek). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi. (Eserin orijinali 1982’de yayımlandı).

Bjork, R.A. (1989). An adaptive mechanism in human memory. In H. L. Roediger and F. I. M. Craik (Eds.), *Varieties of memory and consciousness* (pp.309-330). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Gülmez, M. (2006). Kesintisiz insan hakları öğretimi ve eğitimi., F. Sayılan ve A. Yıldız. (Editörler). *Yaşam boyu öğrenme*. İkinci Baskı. Ankara. Sosyal Bilimler Enstitüsü ve Pegem A Yayıncılık, ss. 84-105.

Tez

Almedia, D. M. (1990). *Fathers’ participation in family work*. Unpublished master’s thesis, University of Victoria, Canada.

Yücel, F. (2006). *Türkiye ve seçilmiş AB üyesi ülkeler arasındaki dış ticaret akımları üzerine Analitik Bir yaklaşım: Gümrük Birliği öncesi ve sonrası*. Yayımlanmamış, Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

İnternet Kaynakları

Worldbank (2003). *China’s increasing openness: A threat or opportunity*. Web: <http://www.worldbank.org>, 20 Ağustos 2003’te alınmıştır.

Beach, D. (December, 2003). A problem of validity in education research. *Qualitative Inquiry*, 9; 859-873. Web: <http://qix.sagepub.com/cgi/reprint/9/6/859> adresinden 8 Ocak 2007’de alınmıştır.

Fisunoğlu, H. M. ve Yücel, F. (2008). Panel veri yaklaşımı altında Gümrük Birliği Anlaşmasının imalat sanayine etkilerinin bir analizi. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(2);1-19. Web: <http://iibfdergi.nigde.edu.tr/attachments/article/89/1.pdf> adresinden 21 Mayıs 2013’te alınmıştır.

From character to personality. (1999, Dec). *APA monitor*, 30 (11). Web: <http://www.apa.org/monitor/dec99/ss9.html> 22 Ağustos 2000’de alınmıştır.

EK 3

UYGULAMALI KAMPANYA RAPORLAMA KURALLARI

1. Noktalama ve yazım için Türk Dil Kurumu Yazım Kılavuzuna ve Türkçe Sözlüğüne uyulmalıdır.
2. MS Word ya da PowerPoint programında hazırlanmalıdır.
3. Word formatındakilerde,
 - A4 boyutunda (210x297 mm) kağıt kullanılmalı; sayfanın solundan 3 cm, alt, üst ve sağından 2,5 cm boşluk bırakılmalıdır. Tek yüze yazılmalıdır.
 - Metin kısmında sayfa numaraları sayfanın ortasında yer almalıdır. Kapakta sayfa numarası gösterilmez.
 - Her bölüm yeni bir sayfadan başlatılmalıdır.
 - Metnin tamamı Times New Roman (12 punto) veya Ariel/Calibri (11 punto) olarak, 1,5 satır aralığında, iki yana yaslı şekilde olmalıdır. Paragraflar 1,25 cm içeriden başlamalıdır.
 - Metin içi tablo, şekil, grafik ve görseller numaralandırılmalı; açıklayıcı bir başlık verilmeli ve başlık üst kısımda yazılmalıdır.
 - Metin içinde doğrudan aktarmada alıntı, ana düşünce, biçim ve içerik yönünden değiştirilmeden kullanılır ve tırnak işareti içinde italik olarak yazılır. Dolaylı aktarmada ise ana düşünce değişmeksizin çalışmanın yazarının kendi anlatımı ve yorumuyla bilgi aktarımı yapılır ve tırnak işareti kullanılmaz. Her iki tür aktarmada da kaynak gösterilmesi zorunludur.
 - Kaynakçada yalnızca metinde gönderme yapılan eserlere yer verilmeli ve bu eserler yazar soyadına göre alfabetik bir sıra izlemelidir.
 - Kaynak gösterimi ve bu kılavuzda yer almayan diğer hususlar için Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Programlar Tez Yazım Kılavuzu dikkate alınmalıdır.
4. PowerPoint formatındakilerde,
 - Slaytlarda sayfa numarası bulunmalıdır. Kapakta sayfa numarası gösterilmez.
 - Tek yüze yazılmalıdır.
 - Bölüm başlıkları yeni slaytta başlatılmalıdır.
 - Kaynakçada yalnızca metinde gönderme yapılan eserlere yer verilmeli ve bu eserler yazar soyadına göre alfabetik bir sıra izlemelidir.
 - Kaynak gösterimi ve bu kılavuzda yer almayan diğer hususlar için Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Programlar Tez Yazım Kılavuzu dikkate alınmalıdır.