**

**T.C.**

**YAŞAR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ**

**Meslek Yüksekokulu**

**Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı**

**Proje ve Performans Değerlendirme Bilgi Formu**

**Amaç**

Bu yönergenin amacı, Yaşar Üniversitesi, Meslek Yüksekokulunda verilecek olan Halkla İlişkilerde Proje Uygulama dersinin yürütülmesine ilişkin esasları düzenlemektir.

**Kapsam:**

Bu yönerge Yaşar Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Tanıtım öğretim programında zorunlu ders olarak yer alan Halkla İlişkilerde Proje Uygulama dersinin yürütülmesinde öğrencilerin, öğretim elemanlarının, öğrenci danışmanlarının, bölüm başkanlıklarının görev ve sorumlulukları ile halkla ilişkilerde proje planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarına ilişkin düzenlemeleri kapsamaktadır.

**Halkla İlişkilerde Proje Uygulam Dersinin Genel İlkeleri ve İşleyişi:**

* Halkla ilişkilerde proje uygulama dersi, öğrencilerden, *araştırma, planlama, eylem ve iletişim, ve değerlendirme* olmak üzere, bir halkla ilişkiler kampanyasının basamaklarını gerçekleştirmeleri beklemektedir.
* Öğrencilerden profesyonelce çalışarak baştan sona bir halkla ilişkiler kampanyası dizayn etmeleri beklenmektedir.
* Proje gerçekleştirirken takım çalışması, verili son tarihe uyma, basamak basamak ilerleyerek çalışma planına uygun hareket etme gibi değerler kazandırılmaktadır.
* Öğrenciler dönem boyunca biri vize notunu diğeri ise final notunu oluşturacak 2 proje uygulayacaktır.
* Vize için öğrenciler 4 kişiden (sınıf sayısına göre 4-5 kişi olabilir) oluşan çalışma gruplarını kendileri oluşturacaktır.
* Vize için istenilen projede aşağıdaki yönergede belirtildiği gibi konu seçiminde öğrenciler özgür olacaktır.
* Final projesi için 4 kişiden (sınıf sayısına göre 4-5 kişi olabilir) oluşan çalışma grupları dersin öğretim elemanı tarafından belirlenecektir. Bu işleyişin amacı; farklı kişilerle, farklı koşullarda çalışabilme yetisinin de ders kapsamında edinilmesini sağlamaktır.
* Final projesi için konu dönem başında dersin öğretim elemanı tarafından belirlenen bir konudan oluşacaktır.

**Vize:**

Yapacağınız iş grup halinde sizlerin belirleyeceği gerçek bir işletme, bir kamu kuruluşu veya bir sivil toplum kuruluşunu yakından incelemek, veri toplamak, ilgililerle iletişim kurmak ve elde edeceğiniz bilgilerin ışığında o kuruluş veya işletme için bir halkla ilişkiler PROJE DOSYASI hazırlamaktır. Bu, gerçek hayata uygun bir dokuman olacaktır. Ağırlıklı olarak halkla ilişkiler projesi olacak bu çalışmada tanıtım ve pazarlamanın önemli enstrümanlarından biri olan reklamdan da yararlanabilirsiniz.

**Proje Dosyası:**

Bu dosya kendi içinde iki kısımdan oluşacaktır. Birinci bölümde bir kurumu (kamu kuruluşu ya da özel sektörde bulunan bir işletme) kısaca tanıtmak ve onun hali hazırdaki halkla ilişkiler veya reklam faaliyetlerini incelemeniz gerekmektedir.

İkinci bölümde ise incelemiş olduğumuz kurumun yapmadığı veya yapamadığı halkla ilişkiler faaliyetlerinden birini sizin planlamanız ve bu planı yazılı hale getirmeniz beklenmektedir. *Bunu yaparken grubunuzu o kuruluşun halkla ilişkilerinden sorumlu bir ekip olarak görmeniz ve öyle olsaydı neler yapabileceğinizi hayal ederek bir plan üretmeniz çok önemlidir.*

**Birinci bölüm:**

Bu bölümde ele aldığınız kurum veya işletmeyi mevcut haliyle inceleyecek ve elde ettiğiniz bilgileri aşağıdaki başlıklar altında yazıya dökecek, yani bir anlamda raporlamış olacaksınız.

* Giriş
* Kurumsal yapılanmaya ilişkin tarihçe,
* Faaliyette bulunulan sektörün yapısı ve durumu,
* Kurumu etkileyen çevresel faktörler,
* Kurumun organizasyon yapısı ve çalışan profili ve uzmanlık alanları,
* Kurumun misyon ve vizyonu,
* Kurumsal görevler,
* Kurum kimliğini yansıtan görsel materyaller ve kurum kimliği kapsamında yer alan kurum logosunun çözümlenmesi,
* Kurumun hali hazırda kullandığı tanıtım mecraları: Bu bölümde kurumun halkla ilişkiler veya reklam faaliyetleri olarak gerçekleştirdiği kurum içi ve kurum dışı iletişim, sponsorluk,  sosyal sorumluluk, kriz yönetimi, etkinlik yönetimi, basın bültenleri, kurum dergisi, gazetesi, televizyonu, internet sitesi gibi kurumun tanıtım amacıyla kullanmış olduğu araçları aktarmalısınız. Ayrıca kurumun medya ortamındaki faaliyetleri bu bölümde anlatılacak ve temin edilebilirse örnekler konulacaktır.

Kurumun mevcut durumuyla ilgili ortaya koyacağınız bu tablo sizin kurum için hazırlayacağınız halkla ilişkiler kampanyası planlaması açısından da yol gösterici olacaktır.

**İkinci bölüm:**

Elinizdeki bilgiler ışığı altında proje dosyanızın bu ikinci kısmında kurumun o güne kadar yapmadığı, yapamadığı veya kurumun ihtiyacı olarak düşünülen yeni bir halkla ilişkiler kampanyası planlaması yapacaksınız. Kampanyanızı halkla ilişkiler mesleğinin aşağıda belirtilen ve daha önce derslerde öğrendiğiniz uygulama alanlarından birisi üzerinde yoğunlaştırmalısınız. Başka bir deyişle kampanyanızda şu halkla ilişkiler proje konularından birini seçmelisiniz.

* **Kurumsal İletişim:** Bir kurumun iç ve dış çevresi ile kurduğu iletişime “kurumsal iletişim” adı verilmektedir. Kurum içinde ve kurum dışında kurum imajını oluşturmak ve güçlendirmek, çift yönlü iletişim sürecini daha etkin ve verimli kılabilmek, hedef kitleler ve kurum arasındaki iletişimi doğru bir biçimde planlayıp yönetebilmek amacıyla hazırlanan projeler “kurumsal iletişim” projeleri kapsamında değerlendirilmektedir.
* **Gündem Yönetimi:** Bu tür projeler, kurumun içinde bulunduğu süreci en doğru şekilde yönetebilmesi, gündemi belirleyebilmesi, gündemde yer alan konuları kurumsal bağlamda değerlendirip, gündemden dolayı karşılaşabileceği kriz ortamlarını yönetebilmesi ya da gündemin olumlu taraflarından kurum adına yararlanabilmesi amaçları çerçevesinde hazırlanan projelerdir.
* **Pazarlama İletişimi ve Bütünleşik Pazarlama Projeleri**: Ürün veya hizmet tanıtımı yapmak ve etkin kılmak pazarlama ve tanıtım aktivitelerini bütünleşik bir konsept çerçevesine oturtmak amaçlarına yönelik gerçekleştirilen projelerdir.
* **Kriz Yönetimi:** Kurumların başarılı olabilmeleri çeşitli tehditlere verdikleri tepki ve bunları olanağa çevirebilme kabiliyetleriyle, yani kriz yönetimindeki başarıları ile doğru orantılı olmaktadır. Bu çerçevede işletmelerin herhangi bir kriz durumunda krizin çözümüne ve krizi fırsata çevirebilme amacıyla hazırlanan projeler bu çerçevede değerlendirilebilir.
* **Etkinlik Yönetimi:** Kurumların toplantı, fuar, yarışma, festival gibi faaliyetleri etkinlik olarak adlandırılır. Etkinliği bir proje olarak ele aldığımızda, etkinlik öncesi ve sonrası süreçlerin (araştırma, tasarım ve tedarik, planlama, operasyon, bütçelendirme, ölçme ve değerlendirme, raporlama gibi) stratejik esaslara dayalı olarak belirlenen hedefler doğrultusunda planlı bir biçimde ortaya konulması ve yönetilmesi bu çerçevede değerlendirilebilir.
* **Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sponsorluklar:**Kurumların kar amacını gerçekleştirmenin yanında çeşitli toplumsal ihtiyaçları ve sorunları gidermek, en aza indirmek için ortaya koydukları projeler ve sponsorluklar bu çerçevede değerlendirilebilir. Bunlar genel itibariyle çevre, eğitim, kültür-sanat, bölgesel kalkınma, sağlık gibi konuları kapsar.

İncelenen kurum veya işletme için, onların sorunlarına çözüm getirecek ve yukarıda farklı uygulama alanları belirtilen halkla ilişkiler etkinliklerinden birini bütün detaylarıyla hayal gücünüzü ve yaratıcılığınızı kullanarak planlamaya çalışacaksınız.

***Halkla ilişkiler planınız şu  başlıklar altında yazılmalıdır.***

*1. Durum Analizi:* Kurumu incelerken yapmış olduğunuz tespitlerden yola çıkarak kurumun SWOT Analizini (Güçlü ve Zayıf Yönler- Fırsat ve Tehditler Analizi) gerçekleştirmelisiniz. Kurumdaki sorunlara veya eksik kalan yönlere yönelik tespitleriniz olmalı.

*2. Sorunun Saptanması:*Halkla ilişkiler/reklam faaliyetlerinizin bir soruna çözüm bulması gerekiyor. Bu sebeple ilk olarak bir sorun belirlemeli ve bunu tanımlamalısınız. Örneğin “kurum içi iletişimde sorun yaşadıklarını düşünüyorum. Bu sebeple kurum içi halkla ilişkiler faaliyeti planladım” demek sorun tespitine yönelik önemli bir adım olacaktır.

*3. Halkla İlişkiler Kampanya Fikri:*Bu bölümde bulduğunuz halkla ilişkiler/reklam etkinlik fikrinin ne olduğunu kapsamlıca anlatmalıyız.

*4. Halkla İlişkiler Faaliyetlerinizin Amaçlarının Tespiti:*Bu bölümde yapacağınız faaliyetin neleri amaçladığını anlatmalıyız.

*5. Hedef Kitlenin Belirlenmesi ve Analizi:*Derslerde gördüğümüz gibi yapacağımız halkla ilişkiler faaliyetinin hangi hedef kitleleri kapsadığını ve bunların sosyolojik özelliklerinin neler olduğunu bu kısımda sunmalıyız.

*6. Hedef Kitleye Yönelik Mesajların Belirlenmesi:*Hedef kitlelerimize ayrı ayrı hangi mesajları vereceğimiz bu bölümde aktarılmalı.

*7. İletişim Araçlarının Belirlenmesi:*Hedef kitlelere hangi iletişim veya mecraları ile ulaşacağımızı burada belirtmeliyiz. Gazete, radyo, televizyon, internet vb. iletişim araçlardan ve toplantı, panel, tören, sergi, yarışma, fuar vb. etkinliklerden hangilerinin nasıl kullanılacağını burada anlatmalıyız.

*8. Detaylı etkinlik programı:  Toplantı, tören, sergi, yarışma, fuara katılım vb. etkinlikler varsa onların organizasyonlarının detaylandırılması, görevlendirmeler, tarihlendirme, check-list’lerin hazrılanması.*

*9. Kampanya Sürecinin Belirlenmesi:*Faaliyetlerimiz nasıl bir takvimde gerçekleşecekse bunu anlatmalıyız.

*10. Taslak bütçe*: Planladığınız etkinlikler ve medya amaçlı çalışmalar bugünkü değerlerle ne gibi harcamalar gerektiriyorsa bunlar belirtilerek toplam bir bütçe hazırlanmalıdır. Bu konuda cesur ama gerçekçi olabilirsiniz.

**Final:**

Dönem başında dersin öğretim elemanı tarafından belirlenen konu ve yine dersin öğretim elemanı tarafından belirlenen grup arkadaşlarınız ile birlikte yukarıda belirtilen başlıkları takip ederek bir halkla ilişkiler projesi gerçekleştirmeniz beklenmektedir.

**Vize ve Final için Proje dosyasının biçimsel özellikleri:**

* Her proje için amaç, araştırma, planlama uygulama ve değerlendirme süreçlerini kapsayan bir proje özeti hazırlanmalıdır.
* Bitirme projesi I dosyasını hazırlarken biçimsel olarak yazılarınızın puntolarının aynı olmasına özen gösteriniz.
* Başlık, alt başlık, alıntı, dipnot gibi kısımları oluştururken birbirinden farklı ve  çok sayıda yazı karakteri kullanmak yerine aynı karakterin büyük, küçük,ince, kalın, italik veya düz gibi farklı şekillerini kullanınız.
* “Arial“ yazı karakterini ve başlıklar hariç metinlerde 12 punto büyüklüğü tercih ediniz.
* Proje dosyanızın 1. ve 2. bölümlerinde belirtilen metinleri destekleyen resim, video, afiş, görsel vb. dokümanlar varsa bunları cd halinde dosyanıza ekleyebilirsiniz.
* Projeleriniz 20 sayfadan az olmamalıdır.

**DEĞERLENDİRME:**

Proje Uygulama dersinin yıl sonu değerlendirme notu aşağıdaki esaslar dikkate alınarak yapılacaktır:

* Derse devam
* Projeler için verilen planlama tarihlerine gösterilen uyum
* Grup arkadaşlarıyla çalışma yetisi
* Hem vize hem final için sunuma katılma, sunuma özen gösterme, projenin her aşamasında kişilerin tek tek dahil olduğunu kanıtlaması (fotoğraf, röportaj, görseller..vb)
* 20 dakikalık sunumlarda her bir grup üyesinin yer alması ve soru-cevap bölümünde de doğru cevapların verilmesi
* Sunum ve yazılı raporların teslim tarihinin gecikmemesi.
* ***Sunuma katılmayan öğrenci projeye dahil olmamış kabul edilecektir.***
* Yazılı raporu geç getiren gruplardan puan düşürülecektir.
* Yazılı raporun belirtilen formata uygun olarak hazılanması ve tarihinde teslim edilmesi gereklidir.
* Tüm bu kriterler esas alındığında yıl sonu notunu:

***Vizenin %40’ı***

***Finalın % 60’ı***belirleyecektir.

\*Burada belirtilen ölçütler, genel bazı ilkeleri içermektedir. Proje danışmanı, proje ekibiyle birlikte, gerçekleştirilen projenin özelliklerine de bağlı olarak mevcut ölçütlerde değişiklikler yapabilir ve/veya yeni ölçütler geliştirebilir.

**Halkla İlişkilerde Proje Uygulama Dersi Değerlendirme Formu:**

**Öğrencinin Adı- Soyadı:**

|  |  |
| --- | --- |
| Derse Devam: **10 puan**  |  |
| Verilen tarihlere uyma: **15 puan**  |  |
| Grup Çalışmasına Katkı- Gruba Uyum: **15 puan**  |  |
| Sunum: **30 puan**  |  |
| Yazılı Rapor (yazım kurallarına uyum, biçim ve içerik): **30 puan**  |  |
| **TOPLAM : 100 PUAN**  |  |