

EK-11

FENERBAHÇE ÜNİVERSİTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
PRA405 BİTİRME PROJESİ I VE PRA406 BİTİRME PROJESİ II
UYGULAMA VE DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

1. UYGULAMA

Bitirme Projesi dersleri kapsamında Halkla İlişkiler Kampanyası hazırlayacak öğrenciler aşağıda yer alan konulardan birini seçerek projelerini gerçekleştirebilirler.

- Dijital halkla ilişkiler kampanyası
- Sürdürülebilirlik, sürdürülebilirlik iletişimi kampanyası
- Kurum içi iletişim kampanyası
- Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyası
- Siyasal iletişim kampanyası
- Toplumsal sorumluluk kampanyası
- Pazarlama halkla ilişkileri kampanyası
- Kurumsal imaj ve itibarın geliştirilmesine yönelik kampanyalar
- Sağlık iletişimi kampanyası
- Spor iletişimi kampanyası
- Kriz iletişim yönetimi kampanyası
- Sponsorluk çalışması

Bitirme Projesi dersleri kapsamında Reklam Kampanyası hazırlayacak öğrenciler aşağıda yer alan konulardan birini seçerek projelerini gerçekleştirebilirler.

- Sosyal reklam kampanyası
- Kurumsal reklam kampanyası
- Ticari reklam kampanyası
- Dijital reklam kampanyası
- Sosyal pazarlama kampanyası
- Marka iletişim çalışması
- Dijital pazarlama çalışması
- İçerik yönetimi ve etkileyici (influencer) pazarlama çalışması

Bitirme Projesi dersi kapsamında bilimsel araştırma projesi (tez) hazırlayacak isteyen öğrencilerin;

- Halkla ilişkiler veya reklam alanlarında spesifik bir konu belirlemeleri gerekmektedir.
- Seçtikleri konu ile ilgili okuma yapmaları ve seçtikleri konuya uygun araştırma yöntemini belirlemeleri gerekmektedir.
- Hazırlanacak olan bilimsel araştırma projelerinin “Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi Bitirme Projesi Dersi Uygulama Esasları”nda belirtilen yazım kurallarına uygun olması gerekmektedir.
- Bilimsel araştırma projesi kapsamında kullanılan kaynakların metin içerisinde ve kaynakça bölümünde APA-6 formatında belirtilmesi gerekmektedir.
- Bilimsel araştırma projesini tamamlayan öğrencilerin, “Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi Bitirme Projesi Dersi Uygulama Esasları”nda belirtildiği şekilde çalışmalarını, Turnitin intihal programında taratarak benzerlik raporu almaları gerekmektedir. Benzerlik oranı maksimum %30 olmalıdır.
- Bilimsel araştırma projelerinin, kaynakça bölümü dahil olacak şekilde 50 sayfa olması beklenmektedir.
- Bilimsel araştırma projelerini tamamlayan öğrenciler çalışmalarını ilgili jüri önünde sunmakla yükümlüdür.

2. ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

7. YARIYIL PRA405 BİTİRME PROJESİ I

Halkla İlişkiler Kampanyası hazırlayacak öğrencilere yönelik değerlendirme kriterleri aşağıdaki gibidir.

Tür 1: *Dijital halkla ilişkiler kampanyası, sürdürülebilirlik, sürdürülebilirlik iletişimi kampanyası, kurum içi iletişim kampanyası, kurumsal sosyal sorumluluk kampanyası, siyasal iletişim kampanyası, toplumsal sorumluluk kampanyası, pazarlama halkla ilişkileri kampanyası, kurumsal imaj ve itibarın geliştirilmesine yönelik kampanyalar, sağlık iletişimi kampanyası, spor iletişimi kampanyası* hazırlayacak öğrenciler PRA405 Bitirme Projesi I dersi kapsamında aşağıda yer alan aşamalar kapsamında değerlendirilecektir.

1. Projenin araştırma aşaması: Kampanya kapsamında seçilen markanın tanıtılması, markanın daha önce gerçekleştirdiği kampanyaların incelenmesi (5 Puan)
2. Projenin araştırma aşaması: Markanın SWOT analizinin yapılması (10 Puan)
3. Projenin planlama aşaması: Kampanya konusunun seçilmesi, kampanya amaç ve hedeflerinin belirlenmesi (10 Puan)
4. Projenin araştırma aşaması: Hedef kitle analizi (10 Puan)
5. Projenin planlama aşaması: Sosyal paydaşların belirlenmesi (5 Puan)
6. Projenin planlama aşaması: Mesaj içeriklerinin hazırlanması (20 Puan)
7. Projenin planlama aşaması: İletişim taktik ve stratejilerinin belirlenmesi (10 Puan)
8. Projenin planlama aşaması: Etkinlik takviminin hazırlanması (10 Puan)
9. Projenin planlama aşaması: Medya planlamasının yapılması (10 Puan)
10. Projenin planlama aşaması: Bütçe planlamasının yapılması (5 Puan)
11. Projenin planlama aşaması: Ölçme ve değerlendirme kriterlerinin belirlenmesi (5 Puan)

Tür 2: *Kriz iletişim yönetimi kampanyası* hazırlayacak öğrenciler PRA405 Bitirme Projesi I dersi kapsamında aşağıda yer alan aşamalar kapsamında değerlendirilecektir.

Öğrencilerin herhangi bir sektörde faaliyet gösteren bir markayı seçmesi ve markanın faaliyet alanına uygun bir kriz senaryosu hazırlaması gerekmektedir.

1. Kriz senaryosunun hazırlanması (20 Puan)
2. Bilimsel, toplumsal, ekonomik, yasal ve siyasal gelişmeler gözetilerek ilgili markanın geçmiş dönemde geçirdiği krizlerin incelenmesi ve rakiplerinin yaşadığı benzer krizlerin incelenmesi (10 Puan)
3. Kriz senaryosuna uygun olarak hazırlanacak kriz hasar analizinin yapılması (20 Puan)
4. Kriz yönetim ekibinin oluşturulması ve kriz sözcüsünün belirlenmesi (10 Puan)
5. Kriz anında iletişime geçilebilecek kişilerin belirlenmesi (Anahtar kişiler, medya mensupları, bölge yetkilileri ve acil personeller) (20 Puan)
6. Kriz iletişim stratejilerinin belirlenmesi (20 Puan)

Tür 3: *Sponsorluk çalışması* hazırlayacak öğrenciler PRA405 Bitirme Projesi I dersi kapsamında aşağıda yer alan aşamalar kapsamında değerlendirilecektir.

1. Sponsorluk çalışması yapılacak olan markanın tanıtılması, markanın ve rakiplerinin daha önce gerçekleştirdiği sponsorluk çalışmalarının incelenmesi **(10 Puan)**
2. Sponsorluk stratejisinin belirlenmesi ve marka için gerekliliğinin açıklanması **(10 Puan)**
3. Amaç ve hedeflerin belirlenmesi **(10 Puan)**
4. Hedef kitle analizinin gerçekleştirilmesi **(10 Puan)**
5. Kullanılacak iletişim araçlarının belirlenmesi, medya planlamasının yapılması **(20 Puan)**
6. Mesaj içeriklerinin belirlenmesi **(20 Puan)**
7. Bütçe planlamasının yapılması **(10 Puan)**
8. Ölçme değerlendirme kriterlerinin belirlenmesi **(10 Puan)**

7. YARIYIL PRA405 BİTİRME PROJESİ I

Reklam Kampanyası hazırlayacak öğrencilere yönelik değerlendirme kriterleri aşağıdaki gibidir.

Tür 1: *Sosyal reklam kampanyası, kurumsal reklam kampanyası, ticari reklam kampanyası, dijital reklam kampanyası* hazırlayacak öğrenciler PRA405 Bitirme Projesi I dersi kapsamında aşağıda yer alan aşamalar kapsamında değerlendirilecektir.

1. Kampanya künyesinin hazırlanması **(10 Puan)**
2. Seçilen markaya yönelik kurgulanan kampanya briefinin hazırlanması **(15 Puan)**
3. Seçilen marka hakkında bilgi verilmesi **(5 Puan)**
4. Seçilen markanın durum analizinin gerçekleştirilmesi (Ürün/hizmete yönelik biçimsel veya içeriksel özelliklerin belirlenmesi, SWOT analizi, rekabet analizi, PEST analizi) **(20 Puan)**
5. Seçilen markanın iletişim probleminin saptanması **(5 Puan)**
6. Reklam kampanya amacının; insan hakları, kültürel çeşitlilik, çevre sorunları, kamu yararı ve kamu hizmeti gibi evrensel ve toplumsal boyuttaki etkileri ve hukuki sonuçları konusunda duyarlılık gözetilerek belirlenmesi **(15 Puan)**

7. Reklam kampanyasına yönelik yaratıcı stratejinin belirlenmesi **(20 Puan)**
8. Medya planlamasının yapılması **(10 Puan)**

Tür 2: *Sosyal pazarlama kampanyası, marka iletişim çalışması, dijital pazarlama çalışması, İçerik yönetimi ve etkileyici (influencer) pazarlama çalışması* hazırlayacak öğrenciler PRA405 Bitirme Projesi I dersi kapsamında aşağıda yer alan aşamalar kapsamında değerlendirilecektir.

1. Projenin araştırma aşaması: Kampanya kapsamında seçilen/tasarlanan markanın tanıtılması, markanın daha önce gerçekleştirdiği kampanyaların incelenmesi **(5 Puan)**
2. Projenin araştırma aşaması: Seçilen/tasarlanan markanın SWOT analizinin yapılması **(10 Puan)**
3. Projenin araştırma aşaması: Hedef kitle analizi **(10 Puan)**
4. Projenin planlama aşaması: Kampanya konusunun seçilmesi, kampanya amaç ve hedeflerinin belirlenmesi, konumlandırma stratejisinin belirlenmesi **(10 Puan)**
5. Projenin planlama aşaması: Seçilen/tasarlanan markanın kurumsal kimlik/marka kimlik çalışmasının gerçekleştirilmesi **(10 Puan)**
6. Projenin planlama aşaması: Sosyal paydaşların/etkileyicilerin belirlenmesi **(5 Puan)**
7. Projenin planlama aşaması: Mesaj içeriklerinin hazırlanması **(20 Puan)**
8. Projenin planlama aşaması: İletişim taktik ve stratejilerinin belirlenmesi **(10 Puan)**
9. Projenin planlama aşaması: Medya planlamasının yapılması **(10 Puan)**
10. Projenin planlama aşaması: Bütçe planlamasının yapılması **(5 Puan)**
11. Projenin planlama aşaması: Ölçme ve değerlendirme kriterlerinin belirlenmesi **(5 Puan)**

7. YARIYIL PRA405 BİTİRME PROJESİ I

Halkla İlişkiler ve Reklam alanlarında bilimsel araştırma projesi hazırlayacak öğrencilere yönelik değerlendirme kriterleri aşağıdaki gibidir.

1. Projenin adının, amacının, hedefinin, kuramsal çerçevesinin ve literatüre sağlayacağı katkının açıklanması **(10 puan)**
2. Araştırma sorularının ve hipotezinin belirlenmesi **(10 puan)**
3. Projenin hangi araştırma yöntemleri kullanılarak yürütüleceğinin ve yöntemin neden seçildiğinin açıklanması **(10 puan)**
4. Özet ve anahtar kelimelerin belirlenmesi **(10 Puan)**

5. Belirlenen yazılı kaynakların okunması ve tasnif edilmesi **(10 puan)**
6. Giriş Bölümünün yazılması (Projenin amacı, yöntemi, kapsamı, sınırlılıkları, bölümleri) **(30 puan)**
7. İçindekiler sayfasının birinci, ikinci ve üçüncü kademe başlıklarının oluşturulması **(10 puan)**
8. Taslak kaynakça sayfasının oluşturulması **(10 puan)**

8. YARIYIL PRA406 BİTİRME PROJESİ II

Halkla İlişkiler Kampanyası hazırlayacak öğrencilere yönelik değerlendirme kriterleri aşağıdaki gibidir.

Tür 1: *Dijital halkla ilişkiler kampanyası, sürdürülebilirlik, sürdürülebilirlik iletişimi kampanyası, kurum içi iletişim kampanyası, kurumsal sosyal sorumluluk kampanyası, siyasal iletişim kampanyası, toplumsal sorumluluk kampanyası, pazarlama halkla ilişkileri kampanyası, kurumsal imaj ve itibarın geliştirilmesine yönelik kampanyalar, sağlık iletişimi kampanyası, spor iletişimi kampanyası* hazırlayacak öğrenciler PRA406 Bitirme Projesi II dersi kapsamında aşağıda yer alan aşamalar kapsamında değerlendirilecektir.

1. Projenin uygulama aşaması: Etkinlik takvimi kapsamında planlanan uygulamalara yönelik içeriklerin oluşturulması **(20 Puan)**
2. Projenin uygulama aşaması: Medya planlama aşaması kapsamında belirlenen iletişim araçlarında/mecralarında yer alan içeriklerin oluşturulması **(20 Puan)**
3. Projenin değerlendirme aşaması: Ölçme ve değerlendirme verileri **(10 Puan)**
4. Görsel içerikler **(10 Puan)**
5. Projenin yaratıcılığı **(10 Puan)**
6. Projenin jüriye sunulması **(30 Puan)**

Tür 2: *Kriz iletişim yönetimi kampanyası* hazırlayacak öğrenciler PRA406 Bitirme Projesi II dersi kapsamında aşağıda yer alan aşamalar kapsamında değerlendirilecektir.

1. Krize neden olan olayın yaşanmasından sonra kurum tarafından yapılacak ilk açıklama metninin hazırlanması: Metin içeriği; ilgili olaya yönelik problemlerin saptaması, yorumlanması ve sorunun çözülme becerisini yansıtacak şekilde oluşturulmalıdır. **(10 Puan)**

2. Kriz iletişim sürecinde kullanılacak anahtar mesajların oluşturulması **(20 Puan)**
3. Kullanılan taktikler ve iletişim araçlarında yayımlanan/yayınlanan içeriklerin hazırlanması **(20 Puan)**
4. Kriz sonrasında iç ve dış hedef kitlenin değerlendirilmesi **(10 Puan)**
5. Projenin özgünlüğü **(10 Puan)**
6. Projenin jüriye sunulması **(30 Puan)**

Tür 3: *Sponsorluk çalışması* hazırlayacak öğrenciler PRA406 Bitirme Projesi II dersi kapsamında aşağıda yer alan aşamalar kapsamında değerlendirilecektir.

1. Sponsorluk sözleşmesinin hazırlanması **(20 Puan)**
2. Sponsorluk sözleşmesi aracılığı ile elde edilen hakların kullanımına yönelik taktiklerin açıklanması **(10 Puan)**
3. Projenin görsel içerikleri **(15 Puan)**
4. Projenin yaratıcılığı **(15 Puan)**
5. Ölçme ve değerlendirme **(10 Puan)**
6. Projenin jüriye sunulması **(30 Puan)**

8. YARIYIL PRA406 BİTİRME PROJESİ II

Reklam Kampanyası hazırlayacak öğrencilere yönelik değerlendirme kriterleri aşağıdaki gibidir.

Tür 1: *Sosyal reklam kampanyası, kurumsal reklam kampanyası, ticari reklam kampanyası, dijital reklam kampanyası* hazırlayacak öğrenciler PRA406 Bitirme Projesi II dersi kapsamında aşağıda yer alan aşamalar kapsamında değerlendirilecektir.

1. Proje kapsamında kullanılacak görsel içeriklerin hazırlanması **(20 Puan)**
2. Proje kapsamında kullanılan alternatif reklam içerikleri (Gerilla reklam, ambiyans reklamları, viral reklamlar, deneyime yönelik reklamlar vb.) **(20 Puan)**
3. Projenin yaratıcılığı **(20 Puan)**
4. Ölçme ve değerlendirme **(10 Puan)**
5. Projenin jüriye sunulması **(30 Puan)**

Tür 2: *Sosyal pazarlama kampanyası, marka iletişim çalışması, dijital pazarlama çalışması, İçerik yönetimi ve etkileyici (influencer) pazarlama çalışması* hazırlayacak öğrenciler

PRA406 Bitirme Projesi II dersi kapsamında aşağıda yer alan aşamalar kapsamında değerlendirilecektir.

1. Projenin uygulama aşaması: Medya planlama aşaması kapsamında belirlenen iletişim araçlarında/mecralarında yer alan içeriklerin oluşturulması **(20 Puan)**
2. Projenin değerlendirme aşaması: Ölçme ve değerlendirme verileri **(10 Puan)**
3. Görsel içerikler **(20 Puan)**
4. Projenin yaratıcılığı **(20 Puan)**
5. Projenin jüriye sunulması **(30 Puan)**

8. YARIYIL PRA406 BİTİRME PROJESİ II

Halkla İlişkiler ve Reklam alanlarında bilimsel araştırma projesi hazırlayacak öğrencilere yönelik değerlendirme kriterleri aşağıdaki gibidir.

Yarıyıl sonunda, öğrencinin projesini tamamlamış olması beklenir. Proje en az 3 ana bölümden oluşmalı, Giriş, Sonuç ve Kaynakça bölümleri bulunmalıdır. Kaynak gösterme ve atıflar için APA 6 kuralları geçerlidir. Metnin benzerlik oranı %30'u geçmemeli, projede etik ilkelere aykırı bir unsur bulunmamalıdır. Kullanılan dil tutarlı olmalı, alana özgü kavramlar bilimsel bir dille açıklanmalıdır.

Bilimsel araştırma projelerini tamamlayan öğrencilerin çalışmalarını sunum haline getirerek jüri önünde sunmaları gerekmektedir.

1. Kaynak gösterme, atıfta bulunma ve dipnot kullanma ile ilgili APA 6 kurallarına uyulmuş olması **(10 Puan)**
2. Metnin tutarlı ve bilimsel bir dil ile yazılmış olması **(5 Puan)**
3. Özgünlük **(10 Puan)**
4. Kaynakçanın yeterliliği **(10 Puan)**
5. Biçimsel kurallara uygunluk **(10 Puan)**
6. Etik kurallara uygunluk **(10 Puan)**
7. Sonuç kısmında araştırmanın konusu, yöntemi, bölümlerde ele alınan açıklanan kısımlar, araştırmanın bulguları ve ulaşılan sonuçların ayrıntılı ve yeterli açıklanmış olması **(15 Puan)**
8. Projenin jüriye sunulması **(30 Puan)**