



İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
BÖLÜMÜ
BİTİRME PROJESİ KILAVUZU
2024-2025

Değerli Mezun Adaylarımız;

İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünü tercih ederek dört yıl boyunca aldığımız eğitim ile profesyonel hayata geçişin son adımındasınız.

Öğretim programımızda yer alan ve size katma değeri büyük olan Güz ve Bahar dönemlerinde iki kez olmak üzere «Bitirme Projesi» dersi kapsamında kampanya çalışmaları üretmekle yükümlüsünüz. Bu yükümlülüklerinizi de başarıyla tamamladığınızda mezun olma hakkını kazanacaksınız.

Bitirme Projelerinizi en iyi biçim ve içerikte hazırlamanız için bu kılavuzu hazırladık. Sizlerden, Güz ve Bahar dönemlerinde birer tane olmak üzere farklı türde ve orijinal iki ayrı proje yapmanız beklenmektedir.

Kılavuzun içeriğinde; yazım kurallarını ve biçimsel özelliklerini açıklayan bilgiler ile proje teslimi süreç takvimi yer almaktadır.

Hazırlayacağınız Bitirme Projeleri, sizler için birer referans olacaktır. Bu anlayışla dört yıl boyunca edindiğiniz bilgi ve deneyimleri yaratıcılığınızla yoğurarak kendi sınırlarınızı da aşacağınız başarılı çalışmalar yapacağınıza inancımız tamdır. Sizlere bu yolda her zaman rehberlik edeceğimizden ve başarılarınızla gurur duyacağımızdan şüpheniz olmasın.

Doç. Dr. Gülseli Aygöl ERNEK ALAN
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkanı

SEÇİLEBİLECEK KAMPANYALAR

- Kurumsal Halkla İlişkiler Kampanyası
- Kurumsal Reklam Kampanyası
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyası
- Kurum içi İletişim Kampanyası
- Sosyal Sorumluluk Amaçlı Halkla İlişkiler Kampanyası (STK için)
- Siyasal İletişim Kampanyası
- Kamuoyu Oluşturmaya Yönelik Kampanya
- Ürün Bazında Reklam Kampanyası
- Mecrası Kısıtlı Sektörlerde Reklam Kampanyası
- Pazarlama Yönelimli Halkla İlişkiler Kampanyası
- Kriz İletişimi
- Sağlık İletişimi
- Marka Tutundurmaya Yönelik Kampanya
- Sosyal Reklam Kampanyası
- İmaj Çalışmasına Yönelik Kampanya
- Dijital İletişim Kampanyası

PROJEYİ BELİRLERKEN NELERE DİKKAT ETMELİSİNİZ?

- Konu seçimi araştırma yapmadan olmaz.
- Seçilen konunun önemi ve faydası açıklanabilmelidir.
- Konuya bağlı olarak kampanya türü belirlenir.
- Seçilen kampanya türüne bağlı olarak içerik değişir.
- Yaptığınız kampanyalar uygulanabilir olmalıdır.

DOSYA HAZIRLARKEN NELERE DİKKAT ETMELİSİNİZ?

- Danışman öğretim elemanının belirlediği gün ve saatte çalışmalarınızı yürütmeniz esastır.
- Vize sunumlarında projeler görseller tamamlanmış bir biçimde teslim edilmelidir. Görseller yapay zekâ ile oluşturulduysa mutlaka dipnot olarak belirtilmelidir.
- Sunumlarda, sayfaların altında sayfa numaraları bulunmalıdır.
- Proje dosyası yazımı Word formatında, A-4 kâğıt boyutunda, 1.5 satır aralığında, Times New Roman ve 12 punto olmalı ve 30 sayfayı geçmemelidir.
- Sunumlar PowerPoint, Canva vb. programlar kullanılarak en fazla 30 slayt olmalıdır.
- Sunumlarda, içerik - tasarım ilişkisi önemlidir.
- Sunumlar yüz yüze yapılacaktır.
- Sunum dosyalarının sunum yapılacak bilgisayara yüklenmesi gerekmektedir. İnternette ve bilgisayarda yaşanabilecek aksamlar nedeniyle mailden indirmek sorun olabilmektedir. Bu nedenle sunum dosyalarının flaş bellekte getirilmesi önemlidir.
- Vize ve final sunumlarında projelerin çıktısı Arş. Gör. Dr. Esra Yılmaz Tiryaki'ye teslim edilecektir.

PROJE DOSYASI İÇERİĞİ HANGİ BAŞLIKLARDAN OLUŞMALIDIR?

ÖZET.....sayfa no

1. PLANLAMA.....sayfa no

Durum Analizi / Araştırma.....sayfa no

SWOT Analizi.....sayfa no

Hedef Kitle.....sayfa no

2. STRATEJİ.....sayfa no

Özgün Fikir.....sayfa no

Çözüm Önerisi.....sayfa no

Mesaj.....sayfa no

Paydaş Yapısı ve Paydaşlarla İlişkiler.....sayfa no

3. FAALİYET PLANIsayfa no

Uygulama Adımları.....sayfa no

Mecra Seçimi.....sayfa no

Medya Planlama.....sayfa no

Bütçe.....sayfa no

4. ÖLÇME VE DEĞERLENDİRMEsayfa no

- Proje dosyasında başlıklar ve numaralandırma yukarıda belirtilen şekilde verilmelidir.
- Aşağıda içeriklerin açıklamaları verilmektedir lütfen dikkatle okuyunuz.

ÖZET:

Amaç, araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerini kapsayan 150 kelimelik bir özet olmalıdır.

1. PLANLAMA

Durum Analizi/Araştırma: Sorun ya da fırsatın tanımlanması. Proje konusu ile ilgili araştırma yapılması veya ikincil araştırma verileri elde edilerek verilerin analizi doğrultusunda konunun amacı ve öneminin belirlenmesi.

SWOT Analizi: Rekabet ve risk analizine bağlı olarak açıklamalı yapılmalı. SWOT analizi yanı sıra PEST veya PESTCOM analizleri de eklenmelidir.

Hedef Kitle: Demografik özelliklere ve sosyo-ekonomik statü tespitine göre belirlenmeli ve detaylı olarak yazılmalıdır.

2. STRATEJİ

Özgün Fikir: Konu ile ilgili daha önce yapılan çalışmalardan farklı olarak nelerin ele alındığı kısaca anlatılmalı.

Çözüm Önerisi: Sorun olarak tespit edilen bir durum var ise nasıl bir çözüm üretildiği kısaca anlatılmalı.

Mesaj: İletişim mesajlarının tonunun nasıl olacağı belirtilmelidir. Slogan ve yan mesajlar belirtilmelidir. Mesajın hedef kitle ile uyumu açıklanmalıdır.

3. FAATLİYET PLANI

Uygulama Adımları: İhtiyaca yönelik adımlar, kısa ve uzun vadeli hedefler belirlenmelidir. Zaman akışı belirtilerek proje kapsamında uygulanacak adımlar sırasıyla detaylı olarak açıklanmalıdır.

Mecra Seçimi: Mesajların doğru hedef kitleye ulaşması için doğru mecraların seçilmesi önemlidir. Bu sebeple oluşturulan içeriklerin, etkinliklerin, uygulamaların hangi mecra da neden ve nasıl kullanılacağı açıklanmalıdır.

Medya Planlama: Uygulama adımları ve mecra seçimine bağlı olarak medya planlama sürecinin tek bir tabloda gösterilmesi gerekmektedir. Halkla İlişkiler çalışmaları da mutlaka medya planlamada belirtilmelidir.

Bütçe: Proje kapsamında ön görülen bütçe kalemleri belirtilmeli ve gerçeğe en yakın olacak şekilde düzenlenmelidir.

4. ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Faaliyet planına bağlı olarak kampanyada işleyen tüm adımlar doğrultusunda kampanyanın işlerliği ve başarısı için hedeflerin nasıl ölçüleceği belirlenmelidir.

Her adımın ölçümü için nelere bakılacağı ve nasıl bakılacağı açıklanmalıdır.



maltepe üniversitesi
i s t a n b u l www.maltepe.edu.tr



İLETİŞİM FAKÜLTESİ

KAPAK

MALTEPE ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ

14 punto, 1,5 satır aralığı

BİTİRME PROJESİ 1 ya da 2
Final Dosyası

12 punto, tek satır aralığı

«Proje Adı»
Proje Türü

14 punto, 1,5 satır aralığı

Öğrenci Adı
Öğrenci numarası

12 punto, tek satır aralığı

Danışman
Öğretim Elemanın Adı Soyadı

12 punto, tek satır aralığı

2016-2017

12 punto

SUNUM YAPABİLMEK İÇİN

- Vize sınavından 1 hafta önce görselleri ile tamamlanmış proje, danışman öğretim üyesine gösterilmelidir, gösterilmemesi durumunda sınav günü sunum yapma hakkı kaybedilir.
- Final sınavından 1 hafta önce görselleri ile tamamlanmış proje, danışman öğretim üyesine gösterilmelidir.

NOTLAMA

- Danışman Notu 30 puan + Proje 50 puan + Sunum 20 puan
- Vize not ağırlığı %20, Final % 80

ÖNEMLİ TARİHLER *

17 Şubat 2025	Bitirme Projesi dersi başlangıcı (danışman öğretim üyesi gün ve saati belirler ve öğrencileriyle paylaşır)
10 Mart 2025	Bu tarihten itibaren mentorlarla görüşme planlanmalı, proje dosyasının son şeklini almak üzere çalışmalar devam etmelidir **
21 Nisan 2025	Vize dosyasının öğretim üyelerine gösterilmesi ve onay alınması!
28- 30 Nisan 2025	Vize Sunumları
15 Mayıs 2025	Final dosyasının öğretim elemanlarına gösterilmesi için son gün!
20- 23 Mayıs 2025	Final Sunumları
26- 30 Mayıs 2025	Sektör jürisi

***Tarihler akademik yoğunluk durumuna göre değişiklik gösterebilir.**

**** Görüşmeler mentorların programına göre ilerleyecektir, finale kadar olan süreçte devam edebilir. Mentorluk almak için danışman hocalarla görüşülmelidir.**