

KAVRAM OLARAK HALKLA İLİŞKİLER, DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLERİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Doğru-Yanlış Soruları

1- Halk, kuruluşun muhatap olmak durumunda kaldığı hedef kitledir. (D / Y)

2- İlişkinin iletişim ve uzmanlaşmaya dayalı olması, amaca yönelik olması, karşılıklı etkileşime dayanması ve sürdürülebilir olması gerekir. (D / Y)

3- Halkla ilişkiler kuruluşlarda özellikle etkileme fonksiyonu ile doğrudan ilgilidir. (D / Y)

4- İki yönlü asimetrik model, halkla ilişkilerin profesyonelleştiği dönemleri içermektedir. Bu modelin temel amacı karşılıklı anlayışı geliştirmektir. (D / Y)

5- Sponsorluk, satış geliştirme, reklam, halkla ilişkiler ve ürün yerleştirme alanlarıyla ilişkilidir. (D / Y)

Cevaplar:

- 1- (D)
- 2- (D)
- 3- (D)
- 4- (Y) (..... bilimsel iknadır.)
- 5- (D)

Boşluk Doldurma Soruları

1-, bir kuruluşun hizmet politikalarından ve uygulamalarından etkilenen ve bu politikalarla uygulamaları etkileyen, ortak çıkarlara ve birliktelik duygusuna sahip birey, grup ve kuruluşlardır.

2-nın temel amacı, istenilen sonucun başarılması için insanların düşüncelerini biçimlendirmek ve bilincini yönetmektir.

3- Kriz yönetimi, itibar yönetimi, pazarlama iletişimi, sponsorluk, kurumsal sosyal sorumluluk, etkinlik yönetimi, kurumsal kimlik ve imaj, çalışan/üye ilişkileri ve toplumla ilişkilerin uygulama alanlarındadır.

4-, kuruluşu ilgiyi arttırmak için mesajların ücretsiz bir şekilde medya aracılığı ile yayılmasıdır.

5-; bireylerin, örgütlerin ve ülkelerin karar alma sürecinde siyasal aktörleri etkileyerek, kendi çıkarları doğrultusunda karar alınmasını sağlamaya yönelik çalışmaları olarak tanımlanmaktadır.

Cevaplar:

- 1- Halk
- 2- Propaganda
- 3- halkla ilişkiler
- 4- Duyurum
- 5- Lobcilik

Test Soruları

1- Bir kuruluşun sadece ekonomik değil; yasal, ahlaki ve hayırseverlikle ilgili sorumluluklarını aynı anda yerine getirmesine ne denir?



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- A) Sosyal sorumluluk
- B) Sosyal politika
- C) Etik
- D) İşletme etiği
- E) İşletme sorumluluğu

Çözüm-1 (A)

Sosyal sorumluluk, bir kuruluşun sadece ekonomik değil; yasal, ahlaki ve hayırseverlikle ilgili sorumluluklarını aynı anda yerine getirmesidir.

2- Bireylerin ve kuruluşların, kendi çıkarları doğrultusunda karar alınmasını sağlamaya yönelik çalışmalarına ne ad verilir?

- A) Sosyal sorumluluk
- B) Sponsorluk
- C) Etkinlik yönetimi
- D) Kriz yönetimi
- E) Lobicilik

Çözüm-2 (E)

Lobicilik, bireylerin ve kuruluşların, kendi çıkarları doğrultusunda karar alınmasını sağlamaya yönelik çalışmalarıdır.

3- Bir kuruluşa ilgiyi artırmak için oluşturulan mesajların ücretsiz bir şekilde medya aracılığı ile yayılmasına ne ad verilir?

- A) İtibar yönetimi
- B) Pazarlama iletişimi
- C) Duyurum
- D) Reklam
- E) Sponsorluk

Çözüm-3 (C)

Duyurum, bir kuruluşa ilgiyi artırmak için oluşturulan mesajların ücretsiz bir şekilde medya aracılığı ile yayılmasıdır.

4- Bir kurum ve kamusu arasında karşılıklı iletişim, kabul ve işbirliğini kurma ve sürdürmeye yardımcı olan kendine özgü yönetim fonksiyonuna ne ad verilir?

- A) Halkla ilişkiler
- B) Pazarlama
- C) Reklamcılık
- D) Lobicilik
- E) Sponsorluk

Çözüm-4 (A)

Halkla ilişkiler, bir kurum ve kamusu arasında karşılıklı iletişim, kabul ve işbirliğini kurma ve sürdürmeye yardımcı olan kendine özgü yönetim fonksiyonudur.

5- Halkla ilişkiler, kuruluşların yönetim fonksiyonlarından hangisiyle doğrudan ilişkilidir?

- A) Planlama
- B) Kontrol
- C) Örgütlenme
- D) Finans
- E) Etkileme

Çözüm-5 (E)

Halkla ilişkiler kuruluşlarda özellikle **etkileme** fonksiyonu ile doğrudan ilgilidir.

6- Verilen mesajların doğruluğu ve hedef kitleye dürüst davranma ilkesi, halkla ilişkileri hangi alanda farklılaştırır?

- A) Pazarlama
- B) Propaganda



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- C) Reklam
- D) Medyayla ilişkiler
- E) Kurumsal sosyal sorumluluk

Çözüm-6 (B)

Propaganda çalışmalarında verilen mesajların doğru olması ve hedef kitleye dürüst davranılması zorunlu değildir.

7- Halkla ilişkiler alanında çok önemli gelişmelerin yaşandığı ve halkla ilişkilerin bir meslek olarak anılmaya başlandığı gelişim dönemi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Kükreyen Yirmiler
- B) İkinci Dünya Savaşı
- C) Savaş Sonrası
- D) Küresel Enformasyon Çağı
- E) Birinci Dünya Savaşı

Çözüm-7 (A)

Kükreyen yirmilerden, 1920'li yıllar kastedilmektedir. Bu yıllarda Amerika'da ekonomi büyümüş ve insanların yaşam düzeyleri iyileşmiştir. Halkla ilişkiler alanında da çok önemli gelişmeler yaşanmış ve meslek "halkla ilişkiler" adıyla anılmaya başlamıştır.

8- "Bir kurumla kamusu arasındaki iletişim yönetimi" hangi alanın tanımlarından biridir?

- A) Propaganda
- B) Pazarlama
- C) Reklam
- D) Halkla ilişkiler
- E) Gazetecilik

Çözüm-8 (D)

Bir kurumla kamusu arasındaki iletişim yönetimi, halkla ilişkilerin tanımlarındandır.

9- Bir kurumun rakiplerinden ve benzerlerinden ayrılabilmesi için; felsefe, tasarım, iletişim ve davranışında oluşturduğu bütünlüğe ne ad verilir?

- A) İmaj
- B) Etkinlik yönetimi
- C) İtibar yönetimi
- D) Kurumsal kimlik
- E) Lobicilik

Çözüm-9 (D)

Kurumsal kimlik, bir kurumun rakiplerinden ve benzerlerinden ayrılabilmesi için; felsefe, tasarım, iletişim ve davranışında oluşturduğu bir bütünlük olarak tanımlanabilir.

10- Aşağıdakilerden hangisi, halkla ilişkilerin tarihi gelişimiyle ilgili dörtlü modelden biri değildir?

- A) Basın ajansı ve tanıtım
- B) Kamuyu bilgilendirme
- C) İki yönlü asimetrik
- D) İki yönlü simetrik
- E) Ters piramit

Çözüm-10 (E)

Bu modeller tarihi sırasıyla; **Basın Ajansı ve Tanıtım Modeli, Kamuyu Bilgilendirme Modeli, İki Yönlü Asimetrik Model ve İki Yönlü Simetrik Model** olarak adlandırılır.

HALKLA İLİŞKİLERİN UYGULAMA ALANLARI, DİĞER ALANLARLA İLİŞKİSİ, MESLEK OLARAK HALKLA İLİŞKİLER

Doğru-Yanlış Soruları

1- Halkla ilişkiler faaliyetleri öncelikle bir kişisel iletişim etkinliğidir. (D / Y)

2- Genel olarak halkla ilişkilerde iletişim süreci kaynak, mesaj (ileti) ve alıcı (hedef kitle) öğelerinden oluşmaktadır. (D / Y)

3- İletişim alanındaki her türlü gelişme halkla ilişkileri etkilemektedir. (D / Y)

4- Bir kurumun iletişiminin sürekliliği ve planlı olmasının gerekliliği nedeniyle proaktif iletişimin, beklenmeyen olaylarla başa çıkabilme becerisinin geliştirilmesi için ise reaktif iletişimin gücünden yararlanılmalıdır. (D / Y)

5- Halkla ilişkiler, sürekli ve planlı çalışmayı gerektirir. (D / Y)

Cevaplar:

1- (Y) (kitle iletişim etkinliği)

2- (D)

3- (D)

4- (D)

5- (D)

Boşluk Doldurma Soruları

1-, mesajları bir amaç doğrultusunda kurmak yürütmekte sorumludur.

2-, kurumun muhatap olmak durumunda olduğu kişi ya da gruplar ya da diğer kurumlar, yani hedef kitlelerdir.

3-, halkla ilişkiler uzmanları tarafından tasarlanmış iletilerdir.

4-, kamu çıkarlarını ilgilendiren bir konuda veya konular hakkında halkın kanaat ve görüşlerinin toplamı olarak tanımlanabilir.

5-, halkla ilişkiler kampanyalarında hedef kitle ile iletişimde farkındalık yaratılması, dikkat çekilen konunun diğer insanlarla paylaşılması ve davranış biçimine dönüştürülmesidir.

Cevaplar:

1- Kaynak

2- Alıcı

3- Mesaj

4- Kamuoyu

5- Difüzyon Kuramı

Test Soruları

1- Kurumun fırsat yaratmaya yönelik çabaları ne olarak adlandırılır?

A) Reaktif iletişim

B) Proaktif iletişim

C) Kitle iletişimi



www.onedayaof.com

one day AÖF

"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- D) Propaganda
E) Reklam

Çözüm-1 (B)

Bir kurumun sorun çözmekten çok **fırsat yaratmaya yönelik olan çabaları PROAKTİF** halkla ilişkiler, karşı karşıya kaldığı **olumsuzluklara karşı geliştirdiği halkla ilişkiler çabaları ise, REAKTİF** halkla ilişkiler olarak tanımlanmaktadır.

2- Kurumun karşı karşıya kaldığı olumsuzluklara karşı geliştirdiği halkla ilişkiler çabalarına ne ad verilir?

- A) Sorun yönetimi
B) Proaktif halkla ilişkiler
C) Kriz yönetimi
D) Reaktif halkla ilişkiler
E) Bağımsız halkla ilişkiler

Çözüm-2 (D)

Bir kurumun sorun çözmekten çok **fırsat yaratmaya yönelik olan çabaları PROAKTİF** halkla ilişkiler, karşı karşıya kaldığı **olumsuzluklara karşı geliştirdiği halkla ilişkiler çabaları ise, REAKTİF** halkla ilişkiler olarak tanımlanmaktadır.

3- Halkla ilişkiler kampanyalarında hedef kitle ile iletişimde farkındalık yaratılması, dikkat çekilen konunun diğer insanlarla paylaşılması ve davranış biçimine dönüştürülmesi hangi kuramla açıklanır?

- A) Difüzyon
B) Sihirli Mermi
C) İki Aşamalı Akış
D) Fikir Grupları
E) Gündem Oluşturma

Çözüm-3 (A)

Difüzyon Kuramı, halkla ilişkiler kampanyalarında hedef kitle ile iletişimde farkındalık yaratılması, dikkat çekilen konunun diğer insanlarla paylaşılması ve davranış biçimine dönüştürülmesidir.

4- Halkla ilişkiler ve iletişim ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- A) Kurumun sorun çözmekten çok fırsat yaratmaya yönelik olan çabaları proaktif halkla ilişkiler olarak tanımlanmaktadır.
B) Kurumun karşı karşıya kaldığı olumsuzluklara karşı geliştirdiği halkla ilişkiler çabaları reaktif halkla ilişkiler olarak tanımlanmaktadır.
C) Halkla ilişkiler iletişim yönetimidir.
D) Halkla ilişkiler iletişim teknolojisindeki her yenilikten yararlanır ve her iletişim araç ve yöntemi halkla ilişkiler araç ve yöntemi haline gelir.
E) Proaktif iletişim, neyin ters gittiğini ya da bir şeyin neden yapıldığını açıklamak için kullanılır.

Çözüm-4 (E)

Bir kurumun iletişiminin sürekliliği ve planlı olmasının gerekliliği nedeniyle **proaktif iletişimin**, beklenmeyen olaylarla başa çıkabilme becerisinin geliştirilmesi için ise **reaktif iletişimin** gücünden yararlanılmalıdır.

5- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkilerin özelliklerinden biri değildir?

- A) Uzmanlık ve sürekli çalışmayı gerektirir.
B) Taraflar arasındaki iletişim tek yönlüdür.
C) Halkla ilişkiler bir yönetim görevidir ve uzmanlar tarafından yerine getirilmelidir.
D) Hedef kitlenin davranışları hakkında yönetimi bilgilendirir, kuruluşun gerek duyduğu araştırmaları yaparak öneriler geliştirir.
E) Gerçekleri yansıtmalıdır.

Çözüm-5 (B)

HALKLA İLİŞKİLERİN ÖZELLİKLERİ:

- Uzmanlık gerektirir.
- Sürekli ve planlı çalışmayı gerektirir.
- Halkla ilişkiler gerçekleri yansıtmalıdır.
- Halkla ilişkiler bir yönetim görevidir ve uzmanlar tarafından yerine getirilmelidir.
- Halkla ilişkiler çalışmalarında bilimsel çalışmalardan yararlanmalıdır.
- Kamuoyunun etkisinin farkında olarak çeşitli gruplar arasında iletişimi düzenler.



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- Hedef kitlenin davranışları hakkında yönetimi bilgilendirir, kuruluşun gerek duyduğu araştırmaları yaparak öneriler geliştirir.
- Kurumun kâr amacı yanında sosyal sorumluluğunun da olduğunu kanıtlayacak biçimde davranmasına yardımcı olur.
- Etki alanı geniş olan halkla ilişkiler çalışmalarının **etik, doğru ve dürüst** bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekir.
- Kamuoyu araştırmaları ve diğer araştırma yöntemleri ile çeşitli iletişim araçlarından yararlanır.
- Halkla ilişkiler faaliyetleri bütçe gerektirir. Bütçenin iyi bir planlama ile harcanması gerekir.
- Gerek danışman ajans, gerekse kurum içi halkla ilişkiler birimi olsun, yönetimin bir parçası olarak faaliyet gösterir.
- Halkla ilişkilerin başarılı olması için önemi ve değerinin tüm çalışanlar tarafından kabul edilmesi gerekir.

6- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkilerde iletişimin önemini artıran gelişmelerden biri değildir?

- A) Kentleşme ve nüfus artışı
- B) Pazarlama ve yönetimde kitle odaklı yaklaşımlar
- C) Kalitenin ve çevre bilincinin artması
- D) Demokratikleşmenin gelişmesi
- E) Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişimler

Çözüm-6 (B)

Pazarlama ve yönetimde kitle odaklı yaklaşımlar, halkla ilişkilerde iletişimin önemini artıran gelişmelerden biri değildir.

7- Mesajları bir amaç doğrultusunda kurmak ve yürütmekle sorumlu olan iletişim süreci aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Kaynak
- B) Alıcı
- C) Kanal
- D) Geri besleme
- E) Mesaj

Çözüm-7 (A)

Kaynak: Adına halkla ilişkiler eylemi gerçekleştirecek olan kurum ya da kuruluştur. **KAYNAK mesajları bir amaç doğrultusunda kurmak yürütmekte sorumludur.**

8- Aşağıdakilerden hangisi bir sosyal medya aracı değildir?

- A) Twitter
- B) Facebook
- C) Fotoğraf Paylaşım Siteleri (Flicker)
- D) Ses Paylaşım Siteleri (Podcast)
- E) Gazeteler

Çözüm-8 (E)

Gazeteler geleneksel medya aracıdır.

9- Halkla ilişkilerde; kuruluşun dikkate alması gereken, ortak beklentileri olan, kuruluşla doğrudan ya da dolaylı bağı olan insan topluluklarına ne ad verilir?

- A) Kaynak
- B) Cemiyet
- C) Personel
- D) Hedef kitle
- E) Topluluk

Çözüm-9 (D)

Hedef kitle, halkla ilişkilerde; kuruluşun dikkate alması gereken, ortak beklentileri olan, kuruluşla doğrudan ya da dolaylı bağı olan insan topluluklarıdır.

10- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkiler alanında çalışacak olanlar için gerekli olan kişilik özelliklerinden biri değildir?

- A) Saat sınır olmadan çalışabilmek



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- B) Ayrıntıları önemsemek
- C) Yaratıcı olmak
- D) Agresif olmak
- E) Sorun çözebilmek

Çözüm-10 (D)

Agresif olmak, halkla ilişkiler alanında çalışacak olanlar için gerekli olan kişilik özelliklerinden biri değildir.

HALKLA İLİŞKİLERDE STRATEJİK YÖNETİM

Doğru-Yanlış Soruları

1- Halkla ilişkilerde stratejik yönetim amaç odaklı, araştırmaya dayalı, uygulanabilir taklitlerin bulunduğu ölçülebilir bir süreçtir. (D / Y)

2- Politika, karar vermede kriterleri oluşturan resmi veya gayri resmi kurallardır. (D / Y)

3- Uzun dönemli bir bakış açısına sahip olan strateji, amaçlara ulaşmak için eldeki güçlerin veya kaynakların dağıtım planıdır. (D / Y)

4- Bir halkla ilişkiler kampanyasındaki ilk adım bilgi toplama adıdır. (D / Y)

5- Değerlendirme aşamasında hedefler, hedef kitleler ve iletişim mesajları elde edilen bilgilerden faydalanarak belirlenir. (D / Y)

Cevaplar:

- 1- (D)
- 2- (D)
- 3- (D)
- 4- (D)
- 5- (Y) (Planlama aşamasında)

Boşluk Doldurma Soruları

1-, stratejiyi destekleyen organizasyonun en önemli isteğidir.

2-, amaçlara ulaşmak için eldeki güçlerin veya kaynakların dağıtım planıdır.

3- İşletmeyi diğer işletmelerin yanında zor ve zayıf bir durumda bırakan özelliklerin yanı sıra işletmeyi dezavantajlı bir duruma sokan durumlar olarak tanımlanır.

4- İşletmelerin herhangi bir konuda rakiplerine göre daha etkili ve verimli olması haline denir.

5- Analizi, kısaca organizasyonda iç ve dış durum değerlendirilmesi yapılması demektir.

Cevaplar:

- 1- Misyon (Mission)
- 2- Strateji (Strategy)
- 3- zayıflık
- 4- üstünlük
- 5- SWOT

Test Soruları

1- Aşağıdakilerde hangisi 5N1K içerisinde yer alan sorulardan değildir?

- A) Ne?
- B) Niçin?
- C) Ne zaman?
- D) Nasıl?



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

E) Kimden?

Çözüm-1 (E)

Stratejik yönetimde 5 N 1K ile aşağıdaki soruların analiz edilmesi büyük önem taşımaktadır:

1. Strateji **NE**'dir?
2. Strateji **NİÇİN** oluşturulmalıdır?
3. Strateji **NE ZAMAN** oluşturulacaktır?
4. Strateji oluşturularak **NEREYE** ulaşılması hedeflenmektedir?
5. Stratejiler **NASIL** oluşturulacaktır?
6. Stratejiler **KİM(ler)** tarafından oluşturulacaktır?

2- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkiler kampanyası planlamasında amaçlara ulaşmak için eldeki güçlerin ve kaynakların dağıtım planını ifade eder?

- A) Amaç
- B) Taktik
- C) Vizyon
- D) Strateji
- E) Politika

Çözüm-2 (D)

STRATEJİ (STRATEGY): Amaçlara ulaşmak için eldeki güçlerin veya kaynakların dağıtım planıdır

3- Aşağıdakilerden hangisi iç halkla ilişkiler ortam ve araçlarından biri değildir?

- A) Intranet
- B) Kurum içi video
- C) Fuar
- D) Duyuru panoları
- E) Yüzyüze iletişim

Çözüm-3 (C)

Kurum içine yönelik halkla ilişkiler ortam ve araçları

- İnternet iletişimi
- İtranet
- Basılı yayınlar
- Haber bülteni /Haber mektubu
- Yıllık çalışan raporları
- Duyuru panoları
- Dilek-şikayet kutuları/Bina toplantıları
- Kurum içi video yayını
- Yüzyüze iletişim

4- İşletmelerin herhangi bir konuda rakiplerine göre daha etkili ve verimli olması haline ne ad verilir?

- A) Fırsat
- B) Üstünlük
- C) Başarı
- D) Tehdit
- E) Hırs

Çözüm-4 (B)

Üstünlük, işletmelerin herhangi bir konuda rakiplerine göre daha etkili ve verimli olması haline denir.

5- Aşağıdakilerden hangisi başarılı reklam kampanyalarının özellikleri arasında yer almaz?

- A) Hedef kitlenin ihtiyaçlarının, amaçların ve olanakların değerlendirilmesi
- B) Sistematik kampanya planlaması ve uygulaması
- C) Kampanya planını sürekli izleme ve değerlendirme
- D) Hedef kitle için uygun medyanın seçimi
- E) Kampanya için uygun bedellerin ödenmesi



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

Çözüm-5 (E)

Kampanya için uygun bedellerin ödenmesi, başarılı reklam kampanyalarının özellikleri arasında yer almaz.

6- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkilerin amaçları arasında yer almaz?

- A) İkna
- B) İmaj oluşturma
- C) İtibar yapılandırma
- D) Bilgilendirme
- E) Ar-Ge

Çözüm-6 (E)

Ar-Ge, halkla ilişkilerin amaçları arasında yer almaz. Bu konu üretim ile ilgilidir.

7- Aşağıdakilerden hangisi SWOT analizini oluşturan kavramlardan biri değildir?

- A) Çıktılar
- B) Güçlü yönler
- C) Zayıf yönler
- D) Fırsatlar
- E) Tehditler

Çözüm-7 (A)

SWOT İngilizce "Strength" (**güçlü yönler**), "Weakness" (**zayıf yönler**), "Opportunity" (**fırsatlar**), "Threat" (**Tehdit ve tehlikeler**) kelimelerinin baş harflerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur. SWOT Analizi, kısaca organizasyonda iç ve dış durum değerlendirilmesi yapılması demektir.

8- Stratejilerin uygulanmasını sağlayan ayrıntılara odaklı uygulamaya yönelik kararlara ne ad verilir?

- A) Strateji
- B) Taktik
- C) Hedef kitle
- D) Vizyon
- E) Misyon

Çözüm-8 (B)

TAKTİK (TACTIC): Kısa vadeli hedeflere ulaşmada kullanılan kararlar ve aksiyonlardır. Stratejilerin uygulanmasını sağlayan ayrıntılara odaklı uygulamaya yönelik kararlardır.

9- Aşağıdakilerden hangisi iletişim strateji türlerinden biri değildir?

- A) İnanç
- B) Kanıt
- C) Bilgi
- D) İmaj
- E) Eğlence

Çözüm-9 (A)

İnanç, bir iletişim stratejisi türü değildir.

10- Organizasyonun iç ve dış durum değerlendirmesinin yapıldığı analize ne ad verilir?

- A) Vizyon
- B) Hedef
- C) SWOT
- D) Misyon
- E) Strateji

Çözüm-10 (C)

SWOT İngilizce "Strength" (**güçlü yönler**), "Weakness" (**zayıf yönler**), "Opportunity" (**fırsatlar**), "Threat" (**Tehdit ve tehlikeler**) kelimelerinin baş harflerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur. SWOT Analizi, kısaca organizasyonda iç ve dış durum değerlendirilmesi yapılması demektir.

HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ORTAMLAR, ARAÇLAR VE YÖNTEMLER

Doğru-Yanlış Soruları

1- Facebook, Twitter gibi sosyal medya uygulamalarının gelişmesiyle tüketicilerin markalarla kurdukları ilişkiler daha "demokratik" bir hal almaktadır. (D / Y)

2- Kurum gazetesi veya dergisindeki haberleri oluştururken propagandayı andırır bir dil ve tasarımdan uzak durulması gerekir. (D / Y)

3- Sosyal paylaşım ağları sıcak ve samimi ortamlardır. (D / Y)

4- Festival; belli bir konu veya sektörle ilgili olarak düzenlenen ve pek çok firmanın katılarak, marka ve ürün/hizmetlerini tanıttıkları geniş kapsamlı organizasyonlardır. (D / Y)

5- Basın bültenlerinde edebi bir dilden kaçınmak önemlidir. (D / Y)

Cevaplar:

- 1- (D)
- 2- (D)
- 3- (D)
- 4- (Y) (Fuar)
- 5- (D)

Boşluk Doldurma Soruları

1-; kuruluşların kendilerini hedef kitlelerine, paydaşlarına ve toplumun geneline anlatma/bilgi verme çabalarının stratejik olarak yönetilmesidir.

2-; kuruluşta özel, sadece çalışanların yararlanabildiği bir internet ağı gibi düşünülebilir.

3-; ülke, bölge ve şehir tanıtımları için sıklıkla kullanılan bir halkla ilişkiler ortamıdır.

4- veya diğer bir adıyla; teknik bilgi gerektirmeden oluşturulabilen, kişi veya kurumlara ait internet sayfalarıdır.

5- Kısaca olarak adlandırılan ve günümüzde mektubun yerini alan haberleşme aracı elektronik postadır.

Cevaplar:

- 1- Halkla İlişkiler
- 2- Intranet
- 3- Festivaller
- 4- Blog/ Web Günlüğü
- 5- e-posta

Test Soruları

1- Kuruluşa özel, sadece çalışanların yararlanabildiği internet ağına ne ad verilir?

- A) Extranet
- B) Facebook
- C) Twitter



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- D) Intranet
E) Blog

Çözüm-1 (D)

Intranet; **kuruluşa özel, sadece çalışanların yararlanabildiği bir internet ağı** gibi düşünülebilir. Bu ağ üzerinden çalışanlar çeşitli bilgilere ulaşabilir, haberleşebilir, iş süreçlerini takip edebilirler. Intranet çalışanlara önemli ve acil bilgilerin ulaştırılmasında büyük önem taşır.

2- Ücretsiz ve hızlı olmasından ötürü tercih edilen, günümüzde mektubun yerini alan haberleşme aracı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Intranet
B) Elektronik posta
C) Web sitesi
D) Extranet
E) Blog

Çözüm-2 (B)

ELEKTRONİK POSTA: Kısaca e-posta olarak adlandırılan ve günümüzde mektubun yerini alan haberleşme aracı elektronik postadır. **Ücretsiz ve hızlı olmasından ötürü tercih edilen bu haberleşme aracı, halkla ilişkiler faaliyetlerinde sıklıkla kullanılır.**

3- Belli bir konu veya sektörle ilgili olarak düzenlenen ve pek çok firmanın katılarak, marka ve ürün/hizmetlerini tanıttıkları geniş kapsamlı organizasyonlara ne ad verilir?

- A) Intranet
B) Extranet
C) Fuar
D) Sergi
E) Toplantı

Çözüm-3 (C)

Fuar; **belli bir konu veya sektörle ilgili olarak düzenlenen ve pek çok firmanın katılarak, marka ve ürün/hizmetlerini tanıttıkları geniş kapsamlı organizasyonlardır.**

4- "Web günlüğü" nün diğer adı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Elektronik posta
B) Web sitesi
C) Blog
D) Elektronik dergi
E) Sanal haber bülteni

Çözüm-4 (C)

Blog veya diğer bir adıyla **WEB GÜNLÜĞÜ**; teknik bilgi gerektirmeden oluşturulabilen, kişi veya kurumlara ait internet sayfalarıdır. İnternet ortamında herkese açık metin, imaj ve linklerden oluşan bir web günlüğüdür.

5- Çalışanların sorularını veya sorunlarını yöneticilere doğrudan iletme şansı buldukları iç halkla ilişkiler ortamı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Kuruluş gazetesi
B) Toplantı
C) Kurum dergisi
D) Kitap
E) Basın kokteyli

Çözüm-5 (B)

Toplantılar, çalışanların sorularını veya sorunlarını yöneticilere doğrudan iletme şansı buldukları iç halkla ilişkiler ortamıdır.

6- Blog kavramı ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- A) Mektubun yerini alan haberleşme aracıdır.
B) Samimi ortamlardır, ticari amaç taşımazlar.



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- C) İş dünyası ve bireylerin sosyal yaşamında çok etkilidir.
D) İnternet ortamında herkese açık metin, görüntü ve linklerden oluşan web günlüğüdür.
E) Teknik bilgi gerektirmeden oluşturulan kişi veya kurumlara ait internet sayfalarıdır.

Çözüm-6 (A)

Blog, mektubun yerini almış bir yayın aracı değildir.

7- Kurumun yaptığı işleri, etkinlikleri ve çalışanlara yönelik haberleri, toplum, sektör ve dünya gündemindeki haberleri "e-bülten" başlığı altında sunan iletişim ortamı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Blog
B) Elektronik posta
C) Sanal haber bülteni
D) Web sitesi
E) Facebook

Çözüm-7 (C)

Sanal Haber Bültenleri ve Elektronik Dergiler: Sanal haber bültenleri ve elektronik dergiler internet ortamındaki halkla ilişkilerin etkili araçlarıdır. Ayrıca bu araçlar web sitelerinde "**e-bülten**" başlığı altında da yer almaktadır. Kurumun yaptığı işleri, etkinlikleri ve çalışanlara yönelik haberleri, toplum, sektör ve dünya gündemindeki haberleri sunmaya yarar.

8- Aşağıdakilerden hangisi iç halkla ilişkilerin hedef kitlelerinden biri değildir?

- A) İşgörenler
B) İşgörenlerin aileleri
C) Tedarikçiler
D) Kuruluşun iş ilişkisi olan kesimler
E) Siyasetçiler

Çözüm-8 (E)

Siyasetçiler, iç halkla ilişkilerin hedef kitlelerinden biri değildir.

9- Aşağıdakilerden hangisi dış halkla ilişkiler ortam ve araçlarından biridir?

- A) Kuruluş yayınları
B) İnternet
C) Fuar
D) Çalışanlar ve ailelerine yönelik etkinlikler
E) Duyuru panosu

Çözüm-9 (C)

Dış halkla ilişkilerde kullanılan ortam ve araçları;

- Organizasyon faaliyetleri:** Toplantı, sergi, fuar, festival, yarışma, tören.
- Kitle iletişim araçları:** Gazete ve dergi, televizyon, sinema, internet.
- Medya ile ilişkiler** olarak sıralanabilir.

10- Aşağıdakilerden hangisi dış halkla ilişkilerde kullanılan ortam ve araçlardan biri değildir?

- A) Sinema
B) Radyo
C) Televizyon
D) Gazete
E) Extranet

Çözüm-10 (E)

Dış halkla ilişkilerde kullanılan ortam ve araçları;

- Organizasyon faaliyetleri:** Toplantı, sergi, fuar, festival, yarışma, tören.
- Kitle iletişim araçları:** Gazete ve dergi, televizyon, sinema, internet.
- Medya ile ilişkiler** olarak sıralanabilir.

HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ, KURUM İÇİ VE KURUM DIŞI HALKLA İLİŞKİLER

Doğru-Yanlış Soruları

1- Durumsal Modelde halkla ilişkiler, simetrik bir yön çizgisinden hareket eder. (D / Y)

2- Kurum içi halkla ilişkilerde, kurum içi halkla ilişkiler amaçlarını gerçekleştirebilmek için kullanılacak çok sayıda araç ve yöntem bulunmaktadır. (D / Y)

3- Halkla ilişkiler faaliyetlerini planlamak için yapılan araştırmalardan biri, kurum üzerinde etkili olabilecek sosyal olayları ve kurumun çevresini oluşturan kamuoyundaki eğilimleri gözlemek amacıyla yapılan çevreyi izleme amaçlı araştırmalardır. (D / Y)

4- Toplumsal çevre; yerel banka yöneticileri, hissedarlar, yatırım uzmanları, sigorta şirketleri, kredili satış yöneticileri ve yatırımcıları içerir. (D / Y)

5- Kurumun sosyal sorumluluklarıyla ilgili araştırmalar o kurumun kamu yararına yaptığı faaliyetlerin toplum tarafından nasıl karşılandığını, toplum tarafından yeterli bulunup bulunmadığını öğrenmeye yönelik araştırmalardır. (D / Y)

Cevaplar:

- 1- (D)
- 2- (D)
- 3- (D)
- 4- (Y) (Finans çevreleri)
- 5- (D)

Boşluk Doldurma Soruları

1-, iç ve dış çevrelerin kurumla ilgili düşüncelerini, kurumun halkla ilişkiler faaliyetleri konusunda ne düşündüklerini ortaya koymak, böylelikle gelecekte neler yapılması gerektiğine ilişkin ipuçları elde edebilmek amacıyla yapılmaktadır.

2-, kurumun iç ve dış iletişim amacıyla kullandığı araçların etkinliğini tespit etmek amacıyla yapılan araştırmalardır.

3- Devlete bağlı çalışan resmi kurumların tümüdır.

4-; açıkladıkları olumlu ya da olumsuz görüşlerle insanları etkileyebilen akademisyenler, politikacıları yazarlar, gazeteciler, din adamları gibi değişik meslek ve konumda olan bireylerdir.

5- Halkla ilişkileri bir organizasyon alt sistemi olarak gören Grunig ve Hunt, kurumsal hedeflere ulaşmada halkla ilişkilerin sağladığı katkıları açıklamak için model geliştirmiştir.

Cevaplar:

- 1- İmaj araştırmaları
- 2- İletişim araştırmaları
- 3- kamu kurumları
- 4- Kanaat önderleri
- 5- dört



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

Test Soruları

1- Aşağıdakilerden hangisi kurum içi halkla ilişkilerin sözlü araçlarından biridir?

- A) Çalışan el kitabı
- B) Seminerler
- C) Çalışma raporları
- D) Bilgilendirici mektuplar
- E) Kurum yayını

Çözüm-1 (B)

Seminerler, kurum içi halkla ilişkilerin sözlü araçlarından biridir.

2- Aşağıdakilerden hangisi kurum dışı halkla ilişkiler faaliyetlerinde kurumun yakın dış çevresini oluşturan gruplardan biri değildir?

- A) Tedarikçiler
- B) Dağıtımçılar
- C) Finans çevreleri
- D) Toplumsal çevre
- E) Rakip firmalar

Çözüm-2 (E)

Kurumun yakın dış çevresini oluşturan gruplar:

- Toplumsal çevre
- Finans çevreleri
- Tedarikçiler ve hizmet sağlayanlar
- Dağıtımçılar

3- Aşağıdakilerden hangisi yazılı ve basılı kurum dışı halkla ilişkiler araçlarından biridir?

- A) Sergiler
- B) Geziler
- C) Toplantılar
- D) Bültenler
- E) Yarışmalar

Çözüm-3 (D)

Bültenler, kurum dışı halkla ilişkiler araçlarından biridir.

4- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkiler faaliyetlerini planlamak amacıyla yapılacak araştırma türlerinden biri değildir?

- A) Çevreyi izleme amaçlı araştırmalar
- B) Yönetsel araştırmalar
- C) İmaj araştırmaları
- D) İletişim araştırmaları
- E) Sosyal sorumlulukla ilgili araştırmalar

Çözüm-4 (B)

Yönetsel araştırmalar, halkla ilişkiler faaliyetlerini planlamak amacıyla yapılacak araştırma türlerinden biri değildir.

5- Açıkladıkları olumlu ya da olumsuz görüşlerle insanları etkileyebilen bireylere ne ad verilir?

- A) Toplumsal çevre
- B) Kanaat önderleri
- C) Finans çevreleri
- D) Dağıtımçılar
- E) Hizmet sağlayanlar

Çözüm-5 (B)

Kanaat önderleri: Açıkladıkları olumlu ya da olumsuz görüşlerle insanları etkileyebilen akademisyenler, politikacıları yazarlar, gazeteciler, din adamları gibi değişik meslek ve konumda olan bireylerdir.



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

6- Aşağıdakilerden hangisi, kurum dışı halkla ilişkilerde hedef kitle türlerinden biri değildir?

- A) Toplumsal çevre
- B) Finans çevreleri
- C) Dağıtımıcılar
- D) Çalışanlar
- E) Tedarikçiler

Çözüm-6 (D)

Çalışanlar, kurum içi ekiptendir.

7- Aşağıdakilerden hangisi kurum içi halkla ilişkiler araçlarından biri değildir?

- A) Bülten panoları
- B) İşletme içi televizyon
- C) Billboard
- D) İtranet
- E) Telefon haber hattı

Çözüm-7 (C)

Billboard, kurum dışına hitap eder.

8- Aşağıdakilerden hangisi Grunig ve Hunt'ın Dört Halkla İlişkiler Modelinden biri değildir?

- A) Basın ajansı modeli
- B) Kamuoyu bilgilendirme modeli
- C) İki yönlü asimetrik model
- D) Çok yönlü figür modeli
- E) İki yönlü simetrik model

Çözüm-8 (D)

Grunig ve Hunt'ın Dört Halkla İlişkiler Modelleri:

- **Basın ajansı/tanıtım modeli**
- **Kamuoyu bilgilendirme modeli**
- **İki yönlü asimetrik model**
- **İki yönlü simetrik model**

9- Kamuoyu bilgilendirme modelinin en temel işlevi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Tarafsız tutumları olumluya dönüştürmek, olumsuz tutumları ortadan kaldırmak
- B) Hem kurum hem de hedef kitlede gerekli olan fikir, davranış ve tutum değişikliğini yaratmak
- C) Kuruluşun kendisi ve faaliyetleri hakkında hedef kitlesine bilgi vermek
- D) İknayı bilimsel verilere dayanarak gerçekleştirmek
- E) Basının ilgisini çekerek bir konunun tanıtımını yapmak

Çözüm-9 (C)

Kamuoyu bilgilendirme modelinin en temel işlevi, kuruluşun kendisi ve faaliyetleri hakkında hedef kitlesine bilgi vermektir.

10- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkilerde durumsal modelin özelliklerinden biri değildir?

- A) Simetrik bir yön çizgisi vardır.
- B) Bilgi temeline dayanır.
- C) Yeni iki yönlü simetrik model olarak da adlandırılır.
- D) Çözümlere tek taraflı ulaşmayı sağlar.
- E) Oyun teorisini kullanır.

Çözüm-10 (D)

Durumsal Model: Bu modele göre halkla ilişkiler, **simetrik bir yön çizgisinden** hareket eder, ancak duruma göre tamamıyla farklı taktikler de kullanabilir, başka bir deyişle kurum gerekli gördüğü yerde asimetrik, gerekli gördüğü yerde ise simetrik davranır.

- Yeni iki yönlü simetrik model olarak da adlandırılan bu modelde, Grunig hem iki yönlü asimetrik hem de iki yönlü simetrik modelin kullanılmasını önerir.



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- Her iki model de çözüm yönetimi ve çeşitli gruplarla ilişki kurmak için kullanılabilir **bilgi temeline ve bir teknikler dizisine dayanmaktadır.**
- Bu yeni bakış, "**oyun teorisinden**" hareket etmekte ve bir çatışma durumunda diğer tarafın bakış açısını anlayarak bir avantaj oluşturmayı amaçlamaktadır.
- Bu model, **her iki tarafın da çözümlerine ulaşmasını sağlamaya odaklıdır.**

PAZARLAMA AMAÇLI HALKLA İLİŞKİLER

Doğru-Yanlış Soruları

- 1- Reklam kavramını bir kuruluşun hedef kitlesiyle karşılıklı olarak iletişiminin yönetilmesi biçiminde tanımlamak mümkündür. (D / Y)
- 2- Pazarlama kavramının gündelik yaşamdaki tanımı genel olarak ürünleri, kişilere satmaya çabalamak olarak tanımlanabilir. (D / Y)
- 3- Tutundurmanın içerisinde reklam, satış tutundurma, kişisel satış ve halkla ilişkiler vardır. (D / Y)
- 4- Proaktif pazarlama halkla ilişkileri de bu beklenmeyen durumlarda devreye girerek ürüne yönelik sorunları halkla ilişkiler yöntemleriyle çözümlenmeye çalışır. (D / Y)
- 5- Basın gezileri, pazarlama amaçlı halkla ilişkilerdeki bir uygulamadır. (D / Y)

Cevaplar:

- 1- (Y) (Halkla ilişkiler)
- 2- (D)
- 3- (D)
- 4- (Y) (Reaktif)
- 5- (D)

Boşluk Doldurma Soruları

- 1-, insan ihtiyaç ve isteklerini tanımlayan, bu istek ve ihtiyaçları karşılamak için ürün ve hizmetleri sunan, bir değer karşılığında ürün ve hizmetleri kullanıcıya sağlayan bir yönetim fonksiyonudur.
- 2- pazarlama halkla ilişkilerinin temel görevi yeni ürünlerin piyasaya sürülmesinde veya ürün değişiklikleri olduğunda devreye girmektir.
- 3-, literatüre pazarlamanın 4P'si olarak bilinen temel öğelerinden biridir.
- 4-, tüketicilerin ilgileri, merakları, istekleri ve ihtiyaçlarıyla şirketleri ve ürünleri teşhis eden, güvenilir bilgi iletişimi ve izlenimleriyle tüketici memnuniyetini ve satın almayı destekleyen programları planlama, yürütme ve değerlendirme sürecidir.
- 5- Kamu hizmeti,a bir örnektir.

Cevaplar:

- 1- Pazarlama
- 2- Proaktif
- 3- Tutundurma
- 4- Pazarlama amaçlı halkla ilişkiler
- 5- Pazarlama amaçlı halkla ilişkiler

Test Soruları

- 1- Aşağıdakilerden hangisi tutundurmanın unsurlarından biri değildir?
A) Fiyat
B) Satış tutundurma



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- C) Kişisel satış
D) Halkla ilişkiler
E) Reklam

Çözüm-1 (A)

Fiyat, tutundurmanın unsurlarından biri değildir.

2- Tutundurma kavramı ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- A) Tutundurmada hedef kitlenin değil, kurumun yararı göz önüne alınmaz.
B) Pazarlama karmasının bir unsurudur.
C) Tutundurmanın içerisinde reklam, satış tutundurma, kişisel satış ve halkla ilişkiler vardır.
D) Tutundurma yaklaşımı halkla ilişkileri pazarlamanın bir alt alanı olarak göstermektedir.
E) Tutundurma literatüre pazarlamanın 4P'si olarak bilinen temel öğelerinden biridir.

Çözüm-2 (A)

Tutundurma:

- Pazarlama karmasının (4P) bir unsurudur.
- Tutundurmanın içerisinde reklam, satış tutundurma, kişisel satış ve halkla ilişkiler vardır.
- Tutundurma yaklaşımı halkla ilişkileri pazarlamanın bir alt alanı olarak göstermektedir.
- Tutundurma literatüre pazarlamanın 4P'si olarak bilinen temel öğelerinden biridir.

3- Aşağıdakilerden hangisi tutundurmanın unsurlarından biri değildir?

- A) Dağıtım
B) Reklam
C) Halkla ilişkiler
D) Satış tutundurma
E) Kişisel satış

Çözüm-3 (A)

Dağıtım, tutundurmanın unsurlarından biri değildir.

4- Aşağıdakilerden hangisi tutundurma karması kapsamında yer almaz?

- A) Satış tutundurma
B) Kurumsal sosyal sorumluluk
C) Halkla ilişkiler
D) Kişisel satış
E) Reklam

Çözüm-4 (B)

Tutundurma Karması:



5- İnsan ihtiyaç ve isteklerini tanımlayan, bu istek ve ihtiyaçları karşılamak için ürün ve hizmetleri sunan, bir değer karşılığında ürün ve hizmetleri kullanıcıya sağlayan yönetim fonksiyonu aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Halkla ilişkiler
B) Pazarlama
C) Satış tutundurma
D) Kişisel satış
E) Reklam

Çözüm-5 (B)

Pazarlama, insan ihtiyaç ve isteklerini tanımlayan, bu istek ve ihtiyaçları karşılamak için ürün ve hizmetleri sunan, bir



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

değer karşılığında ürün ve hizmetleri kullanıcıya sağlayan bir yönetim fonksiyonudur.

6- Aşağıdakilerden hangisi pazarlama amaçlı halkla ilişkilerin kullanım yerlerinden biri değildir?

- A) Reklamdan önce haber yapmak
- B) Lider ve uzman olarak şirketi konumlandırmak
- C) Başlık sponsorluğu vasıtasıyla markanın bilinirliğini artırmak
- D) Hedef kitle ile uyum sağlanacak karşılıklı ilişkileri gerçekleştirmek
- E) Eski ürünlerin yeni faydalarını duyurmak

Çözüm-6 (D)

Hedef kitle ile uyum sağlanacak karşılıklı ilişkileri gerçekleştirmek, pazarlama amaçlı halkla ilişkilerin kullanım yerlerinden biri değildir.

7- Aşağıdakilerden hangisi pazarlama kavramının temel yapıtaşını oluşturur?

- A) Maliyetleri azaltma
- B) Pazar bölümlendirme
- C) İnsan istek ve ihtiyaçları
- D) Kâr odaklılık
- E) Satış çabalarını planlama

Çözüm-7 (C)

İnsan istek ve ihtiyaçları, pazarlama kavramının temel yapıtaşıdır.

8- Aşağıdakilerden hangisi, bütünsel pazarlama anlayışında, değer oluştururken dikkat edilmesi gereken hususlardan biri değildir?

- A) Bilişsel Alan
- B) İş Mimarisi
- C) Yapılandırma Şekli
- D) Pazarlama Aktiviteleri
- E) İşletim Sistemi

Çözüm-8 (C)

Yapılandırma Şekli, bütünsel pazarlama anlayışında, değer oluştururken dikkat edilmesi gereken hususlardan biri değildir.

9- Aşağıdakilerden hangisi pazarlama amaçlı halkla ilişkilerin iletişim tarzlarından değildir?

- A) Basın konferansı
- B) Basın gezileri
- C) Gazete tanıtımı
- D) Araştırmalar
- E) Müşteri özendirme ödülleri

Çözüm-9 (A)

Müşteri özendirme ödülleri, satış promosyonu ile ilgilidir.

Pazarlama Amaçlı Halkla İlişkiler
Basın konferansı
Basın gezileri
Gazete tanıtımı
Radyo tanıtımı
Dergi tanıtımı
TV tanıtımı
Seminerler ve sempozyumlar
Araştırmalar

10- Aşağıdakilerden hangisi pazarlama amaçlı halkla ilişkilerin kullanım yerleri arasında yer almaz?



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- A) Reklamdan önce haber yapmak
- B) Sponsorluğu yapılan televizyon programlarının izlenirliğini arttırmak
- C) Eski ürünlerin yeni faydalarını duyurmak
- D) Belirli bir bedel ödeyerek ürüne ilişkin haberlerin medyada yer almasını sağlamak
- E) Pazarlama konseptini test ederek satış promosyonu kampanyalarını desteklemek

Çözüm-10 (D)

Belirli bir bedel ödeyerek ürüne ilişkin haberlerin medyada yer almasını sağlamak, pazarlama amaçlı halkla ilişkilerin kullanım yerleri arasında yer almaz.

HALKLA İLİŞKİLERDE STRATEJİK UYGULAMALAR

Doğru-Yanlış Soruları

- 1- Kriz dönemlerinde güven duygusu ortadan kalkmıştır. (D / Y)
- 2- Kriz kavram olarak tehdit, gerilim, zaman baskısı ve panik gibi olumsuz unsurları bünyesinde barındırır. (D / Y)
- 3- Krizler, genellikle birdenbire ortaya çıkar. (D / Y)
- 4- Kriz öncesi dönem, kriz durumuna gelmeden önce belirtilerin aşama aşama ağırlaştığı dönemdir ve krizin ortaya çıkacağına ilişkin ipuçları bu dönemde gelişmektedir. (D / Y)
- 5- Kriz sonrası yönetim, yeniden yapılanma aşamasında kendini göstermektedir. (D / Y)

Cevaplar:

- 1- (D)
- 2- (D)
- 3- (Y) (... çıkmaz.)
- 4- (D)
- 5- (D)

Boşluk Doldurma Soruları

- 1-; kabul görmüş bilgi ile bağdaşmadığı fark edilmeyen olayların yavaş yavaş biriktiği evredir.
- 2- Siyasal olarak demokrasi ile yönetilen toplumlarda, kanun yapıcıların belirli çıkar gruplarının iradeleri yönünde etkilenmesi için girişilen faaliyetlere denir.
- 3-; krizin doğrudan etkilerinin örgüt çalışanlarının bir çoğu tarafından tamamen anlaşılır hale geldiği evredir.
- 4-, örgütün kendisiyle ilgili düşünceleridir.
- 5-, paydaşların örgütü nasıl gördüğüdür.

Cevaplar:

- 1- Kuluçka dönemi
- 2- İbaticilik
- 3- Hücum safhası
- 4- Kimlik
- 5- İmaj

Test Soruları

- 1- Aşağıdakilerden hangisi itibarın bileşenlerinden biri değildir?

- A) Duygusal çekicilik
- B) Finansal durum
- C) Denetim
- D) Kalite ve yenilikçilik
- E) Sosyal sorumluluk

Çözüm-1 (C)



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

Denetimin imajla ilgisi yoktur.

2- Aşağıdakilerden hangisi örgütler için krize kaynaklık eden dış çevre faktörleri arasında yer almaz?

- A) Doğal faktörler
- B) Hiyerarşik faktörler
- C) Ekonomik faktörler
- D) Teknolojik faktörler
- E) Hukuksal faktörler

Çözüm-2 (B)

Krize Sebep Olan Dış Çevre Faktörleri:

- Doğal faktörler
- Ekonomik faktörler
- Teknolojik faktörler
- Hukuksal ve siyasi faktörler
- Toplumsal ve kültürel faktörler
- Uluslararası çevre faktörler
- Küreselleşme

3- Aşağıdakilerden hangisi krizin özelliklerinden biri değildir?

- A) Örgütün varlığını tehdit etmesi
- B) Korku ve paniğe yol açması
- C) Kontrol edilmede güçlük yaratması
- D) Çalışanların kariyerine katkıda bulunması
- E) Yöneticiler üzerinde stres ve gerilim yaratması

Çözüm-3 (D)

Krizler, çalışanların kariyerine katkıda bulunmaz.

4- Aşağıdakilerden hangisi kurumsal itibar yönetimi sürecinde kurumların itibarlarını yönetirken göz önüne aldıkları bileşenler arasında yer almaz?

- A) Sosyal sorumluluk
- B) Doğrudan lobcilik
- C) Duygusal çekicilik
- D) Kalite ve yenilikçilik
- E) Çalışma çevresi

Çözüm-4 (B)

Doğrudan lobcilik, kurumların itibarlarını yönetirken göz önüne aldıkları bileşenler arasında yer almaz.

5- Aşağıdakilerden hangisi kriz evresi değildir?

- A) Krizin belirme anı
- B) Kuluçka dönemi
- C) Hücum safhası
- D) Yeniden yapılanma safhası
- E) Krizin önlenmesi

Çözüm-5 (E)

Krizin önlenmesi, bir kriz safhası değildir.

6- Aşağıdakilerden hangisi kavramsal olarak krizin barındırdığı özelliklerden biri değildir?

- A) Güven
- B) Tehdit
- C) Zaman baskısı
- D) Panik
- E) Gerilim

Çözüm-6 (A)



www.onedayaof.com

one day AÖF

"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

Kriz kavram olarak **tehdit, gerilim, zaman baskısı ve panik** gibi olumsuz unsurları bünyesinde barındırır. Kriz dönemlerinde güven duygusu ortadan kalkmıştır.

7- Aşağıdakilerden hangisi bir krizin kuluçka dönemine ait özelliklerden biri değildir?

- A) Kriz sinyallerini göndermektedir.
- B) Erken uyarı sistemleri krizi hissedebilir.
- C) Kriz için olaylar yavaş yavaş birikmektedir.
- D) Yönetimin bu aşamada krize duyarlı olması gerekir.
- E) Kriz belirgin olarak dikkat çeker.

Çözüm-7 (E)

Kuluçka dönemi; kabul görmüş bilgi ile bağdaşmadığı fark edilmeyen olayların yavaş yavaş biriktiği evredir. Ancak bunlar geleneksel bilgiye olan güçlü inanç tarafından engellenmektedir. Gerekli bilgiye sahip, öngörü yeteneği gelişmiş ve yenilikçi bazı kişiler, bir krizin ortaya çıkabileceğini algılamış olabilir ama bu görüşleri diğer örgüt üyelerince derhal paylaşılmaz, kabul edilmez. Aslında bu evrede gelmekte olan **kriz bazı sinyaller göndermektedir ve üst yönetimin bunlara duyarlı olması gerekmektedir.** Bunlardan dolayı **kriz sinyallerinin** yakalanabilmesi için örgütte değişik sinyaller alabilen çeşitli **erken uyarı sistemlerinin** kurulması ve işletilmesi gerekmektedir.

8- Aşağıdakilerden hangisi kurumsal itibarın bileşenlerinden biri değildir?

- A) Kurumsal sosyal sorumluluk
- B) Kalite ve yenilikçilik
- C) Liderlik
- D) Finansal durum
- E) Yönetim çevresi

Çözüm-8 (E)

KURUMSAL İTİBARIN BİLEŞENLERİ:

- Duygusal Çekicilik
- Liderlik
- Finansal Durum
- Sosyal Sorumluluk
- Kalite ve Yenilikçilik
- Çalışma Çevresi

Yönetim çevresi, kurumsal itibarın bileşenlerinden biri değildir. Yönetim çevresi iç paydaşlardır.

9- Örgütsel belirsizliğin en üst düzeye çıktığı duruma ne ad verilir?

- A) Denetim
- B) İflas
- C) Birleşme
- D) Kriz
- E) Çöküş

Çözüm-9 (D)

Kriz dönemleri örgütsel belirsizliğin en üst noktaya çıktığı dönemlerdir. Böylesi ortamlarda çalışanlar da kendi yönlerini çizememe, gelecekleri ile ilgili bireysel amaçlarını yerine getirememe ve örgütte sahip oldukları mevcut pozisyonu kaybetme ihtimalleri çerçevesinde bireysel belirsizlik yaşamaktadırlar.

10- Dış paydaşların örgüt ile ilgili algılamalarına ne ad verilir?

- A) Kimlik
- B) Kişilik
- C) İtibar
- D) Eleştiri
- E) İmaj

Çözüm-10 (E)

İmaj: Paydaşların örgütü nasıl gördüğüdür. Diğer bir ifade ile dış paydaşların örgüt ile ilgili algılamalarıdır.

BİLGİ TOPLUMUNDA HALKLA İLİŞKİLER VE HALKLA İLİŞKİLERE ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR

Doğru-Yanlış Soruları

1- Toplumsal sermaye, kurum ya da kuruluşun maddi olanaklarını kapsamaktadır. (D / Y)

2- Bilgi sermayesi bilgi toplumunun ayrılmaz bir bileşenidir. (D / Y)

3- Aktif hedef kitle hem örgüt ya da sorun hakkında yüksek düzeyde bilgi sahibi hem de örgütün eylemleriyle yüksek düzeyde ilgili bireylerden oluşur. (D / Y)

4- Hedef kitle nicel ve nitel yöntemlerle araştırılırlar. (D / Y)

5- Halkla ilişkilerde niceliksel araştırma yöntemleri ise, anket yöntemi, içerik analizi yöntemi ve örneklemedir. (D / Y)

Cevaplar:

- 1- (Y) (Ekonomik)
- 2- (D)
- 3- (D)
- 4- (D)
- 5- (D)

Boşluk Doldurma Soruları

1-, kurumun gücünün ve iktidarının, sorumluluk ve haysiyetinin temsilidir.

2-, örgütler ya da onların ürünleri/hizmetleri/amaçları hakkında ilgi ve bilgi düzeyine sahip kamulardır.

3-; açıkça ve özgür biçimde katılmayı kabul etmediği sürece hiç kimsenin araştırmaya katılmaması gerektiğini belirten etik ilkedir.

4-; bir araştırmacının yanlış veriler yarattığı/uydurduğu ya da araştırma prosedürü üzerine yanlış rapor verdiği etik dışı davranış türüdür.

5-, iletişim sürecini daha geniş toplumsal, kültürel ve tarihsel bağlamda ele alan araştırmalar olarak tanımlanmıştır.

Cevaplar:

- 1- Sembolik sermaye
- 2- Pasif hedef kitle
- 3- İradi Onay İlkesi
- 4- Araştırma Sahtekarlığı
- 5- Eleştirel araştırmalar

Test Soruları

1- Aşağıdakilerden hangisinde iletişim araştırmaları doğru sınıflandırılmıştır?

- A) Formel-İnformel
- B) Eleştirel-Kültürel
- C) Modern-Postmodern



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

- D) Yönetmel-Eleştirel
E) Yönetmel-Kültürel

Çözüm-1 (D)

Halkla ilişkiler alanında kullanılan yöntemler, iletişim alanındaki yöntemsel birikimden faydalanmaktadır. İletişim alanındaki araştırmalar ise; pek çok açıdan sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır. Bunlardan birisi ve en eskisi Lazarsfeld'in 1941 yılında yaptığı araştırmaların yönetmel araştırmalar ve eleştirel araştırmalar olmak üzere ikiye ayrılmasıdır.

2- Örgütsel sermaye türlerinden hangisi "örgütün ilişki ağı içinde olduğu kişi ya da grupları" yansıtmaktadır?

- A) Ekonomik sermaye
B) Toplumsal sermaye
C) Sembolik sermaye
D) Bilgi sermayesi
E) İmaj sermayesi

Çözüm-2 (B)

Toplumsal sermaye, kurumun ilişki ağı içerisinde bulunduğu kişi ve kuruluşları kapsamaktadır.

3- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkilerde kullanılan nitel araştırma yöntemlerinden biri değildir?

- A) Anket uygulama
B) Örnek olay çalışmaları
C) Derinlemesine mülakat
D) Odak grup
E) Katılımcı gözlem

Çözüm-3 (A)

NİTEL ARAŞTIRMALAR, anekdotlara, günlük temelde özel bir kamu grubuyla ilgilenen insanlarla yapılan mülakatlara, tartışmalara, kamuların önemli üyeleriyle yapılan röportajlara, kamulardan seçilen bireylerle oluşturulan odak gruplara, örnek olay çalışmalarına, katılımcı gözlemlere dayalı olarak gerçekleştirilebilirler.

4- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkilerde yönetmel araştırmaların özelliklerinden biri değildir?

- A) Araştırma belli bir hedefe yönelir.
B) Araştırmalar daha geniş kapsamda ele alınır.
C) Araştırma araçsaldır.
D) Reklam ve halkla ilişkiler kurumları içinde gerçekleştirilir.
E) Kamu ve özel sektörün yönetim gereksinimleri için yapılır.

Çözüm-4 (B)

Yönetmel araştırma belli bir hedefe yönelmiş ve araçsal çalışmalardır. Yönetmel iletişim araştırmalarının bir bölümü de, reklam ve halkla ilişkiler kurumları için de gerçekleştirilir. Yönetmel araştırma sonuç olarak kamu veya özel sektör kurumlarının yönetim gereksinimleri bağlamında ve onların hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla yapılan araştırmalardır.

5- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkiler faaliyetlerinin özelliklerinden biri değildir?

- A) Yönetimin kamuoyu hakkında bilgilenmesine yardımcı olur.
B) Kurum ve hedef kitle arasında işbirliği kurulması ve sürdürülmesine yardımcı olur.
C) Kamu çıkarına hizmet için yönetimin sorumluluklarını vurgular.
D) Araştırma ve etik iletişim tekniklerini kullanır.
E) Baskı grupları yaratarak aleyhte olan bir durumu lehe çevirir.

Çözüm-5 (E)

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin özellikleri:

- Bir kurum ve kamuları ya da hedef kitlesi arasında karşılıklı iletişim çizgisinin ve işbirliğinin kurulmasına ve sürdürülmesine yardımcı olur.
- Sorunların ya da konuların yönetimini içerir.
- Yönetimin kamuoyu hakkında bilgilenmesine ve ona uyum göstermesine yardımcı olur.
- Kamu çıkarına hizmet için yönetimin sorumluluklarını vurgular.
- Yönetime değişimi etkili bir biçimde kullanmasında yardımcı olur.
- Araştırmayı ve etik iletişim tekniklerini kullanır.



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

6- Kültürel sermaye ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- A) Kurumlar kendisi hakkında pozitif bir kamuoyu oluşturmaya çalışır.
- B) Bilgi sermayesi bilgi toplumunun ayrılmaz bir parçasıdır.
- C) Kurumlar faaliyet gösterdikleri alanlara ilişkin bilginin farkında olurlar.
- D) Kurumun ilişki ağı içinde bulunduğu kişi ve kuruluşları kapsamaktadır.
- E) Kurumlar kamularıyla nasıl iletişim kuracaklarına ilişkin bir bilginin farkında olmalıdırlar.

Çözüm-6 (D)

Kültürel Sermaye;

- Kurumlar kendisi hakkında pozitif bir kamuoyu oluşturmaya çalışır.
- Bilgi sermayesi bilgi toplumunun ayrılmaz bir parçasıdır.
- Kurumlar faaliyet gösterdikleri alanlara ilişkin bilginin farkında olurlar.
- Kurumlar kamularıyla nasıl iletişim kuracaklarına ilişkin bir bilginin farkında olmalıdırlar.

7- Aşağıdakilerden hangisi sponsorluğun ilişkili olduğu alanlardan biri değildir?

- A) Muhasebe
- B) Satış geliştirme
- C) Reklam
- D) Halkla ilişkiler
- E) Ürün yerleştirme

Çözüm-7 (A)

Muhasebe ile sponsorluk arasında bir ilişki yoktur.

8- Aşağıdakilerden hangisi günümüzde toplumsal faktörlerin halkla ilişkiler üzerindeki etkilerinden biri değildir?

- A) Siyasal ideoloji
- B) Medya gelişim düzeyi
- C) Ekonomik gelişim düzeyi
- D) Bireysel ve kurumsal tolerans düzeyi
- E) Sendikaların gücü

Çözüm-8 (D)

TOPLUMSAL FAKTÖRLERİN HALKLA İLİŞKİLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: İlk toplumsal faktör **medya gelişim düzeyi**dir. **Ekonomik gelişim** düzeyi ikinci önemli toplumsal faktördür. **Siyasal ideoloji**; yani üçüncü faktör ekonomik sistemle bağlantılıdır. **Eylemselliğe gösterilen toplumsal tolerans düzeyinin** anlaşılması dördüncü faktördür. Beşinci faktör; **sendikaların gücü**dür. Yasal sistemin gelişim düzeyi, hükümet ve iş dünyası arasındaki ilişkiler de diğer toplumsal faktörler arasında sayılabilir.

9- Bir araştırmacının yanlış veriler uydurduğu ya da araştırma prosedürü üzerine yanlış rapor verdiği etik dışı davranış türüne ne ad verilir?

- A) Bilimsel yanıltma
- B) İradi onay ilkesi
- C) Bilinçli onay
- D) Özel nüfus
- E) Araştırma sahtekarlığı

Çözüm-9 (E)

Araştırma Sahtekarlığı: Bir araştırmacının yanlış veriler yarattığı/uydurduğu ya da araştırma prosedürü üzerine yanlış rapor verdiği etik dışı davranış türüdür.

10- Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkilere yönelik yapılan olumsuz yaklaşımlardan biri değildir?

- A) Kanaat imalatçılığı
- B) Arabuluculuk
- C) Köşe dönmeçilik
- D) Döngü doktorluğu
- E) Şeytanın avukatlığı



www.onedayaof.com

one day AÖF
"tek günde ders geçme garantisi"



HALKLA İLİŞKİLER

Çözüm-10 (B)

Halkla İlişkiler Tarih Yazımı Üzerine Eleştirel Yaklaşımlar: Halkla ilişkileri olumlu olarak ele alan yaklaşımların yanında, halkla ilişkileri özellikle son dönemlerde olumsuz anlamlar taşıyan "**döngü doktorluğu**" (**spin doctors**), "**seytanın avukatlığı**", "**köse dönmecilik**", "**kanaat imalâtçılığı**", "**haber mühendisliği**", "**algı yöneticiliği**" gibi terimlerle eş tutan akademik çalışmalar da mevcuttur.