

HALKLA İLİŞKİLERDE YENİ GELİŞMELER

Giriş

- Halkla ilişkiler, artık yeni bir pazarlama yöntemi gibidir.
- Halkla ilişkiler, stratejik kararların kalbinde yer alır.
- Halkla ilişkilerin önemi giderek artmaktadır. Hızla daha büyüyen bir faaliyet alanına doğru genişler.

Sponsorluk

- Halkla ilişkilerde kaynak, çoğu kurum için özellikle yerel yönetimler için önemli bir sorundur.
- Bu sorunu aşmanın bir yolu sponsorluktur.
- Sponsorluk, kurumsal amaçlara ulaşmak için spor, sanat, kültür ve sosyal faaliyetlerde, kişi veya organizasyonların, para, araç veya hizmet ile destek sunmasıdır.

Sponsorluk

- Sponsorluk uygulamasında:
- Faaliyete başlamadan önce sponsor olan kuruluşun ve organizasyonu yapan kuruluşun halkla ilişkiler amaçları ortaya konur.
- Sponsor olunan kuruluşla sinerji yaratılmaya çalışılır.
- Sponsorluk anlaşmasının nihai amacı için gerekli faaliyetler gerçekleştirir.
- Değerlendirme kriterlerinin ölçülebilir olması sponsorluk başarısını ölçmede kullanılır.

Sponsorluk

- Sponsorluk uygulamasında:
- Faaliyete başlamadan önce sponsor olan kuruluşun ve organizasyonu yapan kuruluşun halkla ilişkiler amaçları ortaya konur.
- Sponsor olunan kuruluşla sinerji yaratılmaya çalışılır.
- Sponsorluk anlaşmasının nihai amacı için gerekli faaliyetler gerçekleştirir.
- Değerlendirme kriterlerinin ölçülebilir olması sponsorluk başarısını ölçmede kullanılır.

Sponsorluk Türleri

- Spor Sponsorluğu
- Kültür ve Sanat Sponsorluğu
- Sosyal Sponsorluğu
- Uluslararası Sponsorluk

Teknoloji ve Halkla İlişkiler

- İnternet
- Web
- Sosyal Medya
- Elektronik Posta
- Bloglar
- Uzaktan Eğitim
- Ev-Ofis Uygulamaları

Kurumsal Web Uygulamaları

- İtranet
- Extranet
- Uydu Teknolojileri
- Bilgi Terminalleri
- Veri Taşıyıcıları