HALKLA İLİŞKİLER VE ORGANİZASYON HİZMETLERİ

HALKLA İLİŞKİLERDE YAZILI ARAÇLAR

342PR0011

Ankara 2011
• Bu modül, mesleki ve teknik eğitim okul/kurumlarında uygulanan Çerçeve Öğretim Programlarında yer alan yeterlikleri kazandırmaya yönelik olarak öğrencilere rehberlik etmek amacıyla hazırlanmış bireysel öğrenme materyalidir.
• Milli Eğitim Bakanlığına ücretsiz olarak verilmiştir.
  • PARA İLE SATILMAZ.
İÇİNDEKİLER

AÇIKLAMALAR ..................................................................................................................... iii
GİRİŞ .............................................................................................................................. 1
ÖĞRENME FAİLİYETİ-1 ................................................................................................. 2
1. YAZILI ARAÇLAR ........................................................................................................ 2
  1.1. Kitaplar .................................................................................................................. 2
  1.2. El Kitapçığı ......................................................................................................... 3
  1.3. Bültenler ............................................................................................................... 3
    1.3.1. Bülten Türleri ............................................................................................... 4
    1.3.2. Bültenlerin Özellikleri ............................................................................ 4
    1.3.3. Bülten Hazırlamada Uyulması Gerekenler ............................................. 5
  1.4. Depliyan (Deplıan) ............................................................................................... 5
  1.5. Broşür .................................................................................................................. 6
  1.6. Pankart ............................................................................................................... 6
  1.7. Afiş ..................................................................................................................... 7
  1.8. El İlanı ................................................................................................................. 8
    1.8.1. El İlanı Örnekleri ....................................................................................... 9
  1.9. E-mail ................................................................................................................ 9
  1.10. İş Mektubu ......................................................................................................... 10
    1.10.1. İş Mektubunun Bölümleri ....................................................................... 10
    1.10.2. İş Mektubunun Yazımında Dikkat Edilmesi Gerekenler .................. 11
    1.10.3. İş Mektubunun Çeşitleri ....................................................................... 11
  1.11. Memorandum (Hatılatma Notları) .................................................................. 12
    1.11.1. Hatılatma Notlarının Kullanım Amaçları ........................................... 13
    1.11.2. Hatılatma Notlarının Özellikleri ......................................................... 13
    1.11.3. Hatılatma Notlarının Çeşitleri ............................................................... 13
    1.11.4. Hatılatma Notu Örneği ........................................................................... 13
  1.12. Kartvizit ............................................................................................................ 13
  1.13. Standart Mektuplar (Doğrudan Postalama) ...................................................... 14
    1.13.1. Standart Mektuplarda Olması Gerekenler ........................................... 14
2. UYGULAMA FAİLİYETİ .............................................................................................. 15
3. ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME .................................................................................... 17
4. ÖĞRENME FAİLİYETİ-2 ............................................................................................ 18
5. ÖĞRENME FAİLİYETİ-3 ............................................................................................ 25
6. ÖĞRENME FAİLİYETİ-4 ............................................................................................ 32
7. 3.1. Yıllık Raporların Yayınına Amaçları .............................................................. 26
8. 3.2. Yıllık Raporların Planlama ve Hazırlama ......................................................... 27
9. 3.3. Yıllık Raporlarda Bulunması Gerekenler ........................................................ 27
  3.3.1. Yıllık Raporlarda Standart Olarak Olması Gerekenler ........................ 28
10. UYGULAMA FAİLİYETİ .......................................................................................... 29
11. ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME .............................................................................. 31
12. ÖĞRENME FAİLİYETİ-4 .......................................................................................... 32
13. 4. ANKET ................................................................................................................ 32
4.1. Anket Türleri

4.1.1. Kişisel (Yüz Yüze) Görüşme ve Mülakat Usulü Anket

4.1.2. Telefonla Anket

4.1.3. Posta Yoluyla Anket

4.1.4. İnternet Üzerinden Anket

4.2. Anket Sorularının Türleri

4.2.1. Açık Uçlu Sorular

4.2.2. Kapalı Uçlu Sorular

4.3. Anket Sorularının Nitelikleri

4.3.1. Olgusal Sorular

4.3.2. Tutum ve Görüş Soruları

4.3.3. Davranış Soruları

4.3.4. Bilgi Soruları

4.4. Soruların Hazırlanması

4.4.1. Soruların Dili

4.4.2. Soruların Sırası

4.4.3. Soruların Yazım Biçimi

4.5. Soruların Uygulanması

4.6. Anket Örneği

4.7. Rapor Yazma

UYGULAMA FAALİYETİ

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

MODÜL DEĞERLENDİRME

CEVAP ANAHTARLARI

KAYNAKÇA
### Kod

<table>
<thead>
<tr>
<th>KOD</th>
<th>342PR0011</th>
</tr>
</thead>
</table>

### Alan

<table>
<thead>
<tr>
<th>ALAN</th>
<th>Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri</th>
</tr>
</thead>
</table>

### Dal/Meslek

<table>
<thead>
<tr>
<th>DAL/MESLEK</th>
<th>Halkla İlişkiler Elemanı</th>
</tr>
</thead>
</table>

### Modülün Adı

<table>
<thead>
<tr>
<th>MODÜLÜN ADI</th>
<th>Kurum İç Halkla İlişkilerde Yazılı Araçlar</th>
</tr>
</thead>
</table>

### Modülün Tanımı

Kurum içinde ve kurum dışında kullanabileceği yazılı araçların neler olduğunun anlatıldığı, anket teknik ve yöntemleri hakkında gerekli bilgilerin verildiği öğrenmaterialesidir.

### Süre

<table>
<thead>
<tr>
<th>SÜRE</th>
<th>40/32</th>
</tr>
</thead>
</table>

### Ön Koşul

<table>
<thead>
<tr>
<th>ÖN KOŞUL</th>
<th>Kurum İç Halkla İlişkiler modülünü almış olmak</th>
</tr>
</thead>
</table>

### YeterlİK

<table>
<thead>
<tr>
<th>YETERLİK</th>
<th>Halkla İlişkilerde Yazılı Araçlar modülü ile yazılı araçları kullanmak</th>
</tr>
</thead>
</table>

### Modülün Amacı

<table>
<thead>
<tr>
<th>MODÜLÜN AMACI</th>
<th>Genel Amaç</th>
</tr>
</thead>
</table>

Öğrenci bu modül ile gerekli ortam sağlandığında, yazılı araçları kullanabileceksiniz.

### Amaçlar

1. Kurum iç yazilar yazabileceksiniz.
2. İşletme gazetesi / dergi yazılı yazabileceksiniz.
3. Yıllık rapor yazabileceksiniz.
4. Anket uygulayabileceksiniz.

### Eğitim Öğretim Ortamları ve Donanımları

<table>
<thead>
<tr>
<th>Eğitim Öğretim Ortamları ve Donanımları</th>
<th>Ortam</th>
</tr>
</thead>
</table>

Sınıf ortamı, kütüphane, sektörde yapılan incelemeler, bilgisayar laboratuvarı

<table>
<thead>
<tr>
<th>Ortam</th>
</tr>
</thead>
</table>

TV, DVD, VCD, projeksiyon, internet, görsel, işitsel ve yazılı dokümanlar, bilgisayar ve bilgisayar ağı, projeksiyon cihazı, kitaplar, slaytlar

### Ölçme ve Değerlendirme

Modülünün içinde yer alan her öğrenme faaliyetinden sonra verilen ölçme sorularıyla kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek kendinizi değerlendireceksiniz.

Öğretmeniniz modül sonunda size ölçme teknikleri uygulayarak modül uygulamaları ve kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek değerlendirektir.
Sevgili Öğrenci,

Teknolojik gelişmeler sonucunda küçülen dünyadaki kurumların, diğer kurumlar ve rakipleri karşısında varlığını sürdürebilmesi, geliştirebilmesi ve hatta onlarla rekabet etebilmesi için halka ilişkilerdeki yazılı araçları çok iyi kullanılması gerekir. Özellikle kurumun dış hedef kitleye karşı tanıtıp ve reklamının etkili bir şekilde yapılabilmesini sağlayan gazete, dergi el ilanı, afiş, broşür, bülten, kitaplar ve el kitapçığı gibi reklam materyallerini çok iyi kullanmalıdır.


Yukarıda saydığımız gelişmeler, sizin bu modülü iyi bir şekilde öğrenip uygulama yapabilmeniz sayesinde olacaktır. Çünkü bu modül ile el kitapçığı, afiş, broşür, ilan, pankart, kartvizit, yıllık rapor, standart mektup, iş mektubu ve bilgi notları yazma ve hazırlamayı öğrenecek ve gelecekte kurumların halka ilişkiler birimlerinde görevler aldığında, öğren-diklerinizin ışığında gerekli çalışmaları yapabileceksiniz.
ÖĞRENME FAALİYETİ–1

AMACLı

Kurum içi yazılar yazabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Çevrenizde halka ilişkiler birimi olan bir kurumu ziyaret ederek halka ilişkilerde kullanılan yazılı araçlara ait örnekleri alarak arkadaşlarınızla inceleyiniz.
- Depliyanlar (turistik servis satan herhangi bir kuruluşun gezi programlarını içeren reklam niteliğindeki yayın) ve pankartlar hakkında ayrıntılı araştırma yaparak öğrendiklerinizi arkadaşlarınızla paylaşın.
- Bülten türlerine ait örneği internetten araştırma etmek ve şekli bakımından inceleyiniz.
- Çevrenizde bulunan kurumların halka ilişkilerde kullanılan yazılı araçlardan hangisini, ne den kullandıklarını araştırınız.
- Çeşitli şekillerde hazırlanmış kartvizit örneklerini araştırarak arkadaşlarınızla inceleyiniz.
- Halkla ilişkilerde kullanılan e-mail sembollerini araştırınız.

1. YAZILI ARAÇLAR

Halkla ilişkiler etkinliklerinde yazılı ürünlerin önemli bir yeri vardır. Bu alanda kullanılan yazılı araçlar; işletme gazetesi, dergi, broşür, el kitapçığı, bülten, kitap, yıllık raporlar, iş mektubu, afiş, pankart, el ilanı, kartvizit, depliyan, pul vb. Bunlara ek olarak sanal ortamlarda yer alan yazılı ve resimli iletiler de bu kapsamda dahildir. Bu araçlar şirket içinde çalışanlara gerekse şirket dışına gidenlerle şirketin gelişimlerini haber veren ve şirketin iç ve dış çevreye tanıtımı yapmaktadır. Ancak bu tanıtımın, abartıdan uzak, reklam kokmayan ve doğru bilgileri içeren yönde olması gerekir. Çünkü yazılı araçlar, sözlü ve görüntüsel araçlardan farklı olarak kalıcı nitelikte sahiptir.

1.1. Kitaplar

- Kuruluş ve çalışmalarını hakkında doğru ve güvenilir bilgiler vermelidir.
- Konu ile ilgili fotoğraflar, grafik gibi unsurlarla hareketlendirilmelidir.
- Okunması kolay olmalıdır.
1.2. El Kitapçığı

El kitapçığı, işletmeyi yeni gelen ve giren personele firmayı çok yönlü tanタン, yeni elemanın hak ve sorumluluklarını gösteren kitapçıktır. Bunlar broşürlerden farklı olarak re-simli sayfalar yerine daha uzun yazıları içeren sayfalardan oluşur. Kurumsal bir el kitabın-da kurumun kuruluş ve çalışma konusu, yeni projeler ve karşılaşılan sorunların ortadan kaldırılmasına ait yöntemlerin belirtilmesinden sonra şu konularda bilgi verilir:

- Kurumun faaliyet alanı
- Çalışanlara uygulanan ücretler
- Prim
- Yılın izin
- Tatil
- Eğitim, spor faaliyetleri
- Lojman
- Çalışma koşulları
- Yemekhane ve kantin
- Yükselme sistemi
- Ceza ve ödül sistemleri
- Çalışma saati
- Öneri yöntemleri

Eğer kitapçık bir ürün yönelik hazırlanıyorsa ürünle, kullanımıyla ve ürünün bileşenleriyle ilgili bilgi verilir.

1.3. Bültenler

Basın bülteni için ‘’Mesleki Yazılar Yazmak’’ modülüne bakınız.

Ulaştıkları hedef kitlelere göre bültenleri türlerine ayırabiliriz. Bunlar:

1.3.1. Bülten Türleri

- **Üyelere yönelik bültenler**: Dağılımsız durumda olan üyeleri bir araya getirmek için işletmeler tarafından yayınlanan bültenlerdir.

- **Toplumsal örgütler tarafından yayınlanan bültenler**: Üyelere sık sık toplantı tarih ve içeriğini bildirmek ve düzenlenen faaliyetlere üyelerin katılımını sağlamak amacıyla sivil toplum örgütleri tarafından yayınlanan bültenlerdir.

- **Kurumsal bültenler**: Çeşitli kuruluşlar tarafından çalışanlarının işletmeye olan bağımlılığını artırmak amacıyla yayınlanan kurumsal bültenlerde, çalışanlara ve kuruluya ilişkin haberlere dengeli biçimde yer verilir.

- **Tanıtım bültenleri**: Kendi hedef kitlelerini kendisi yaratan bu bültenler genellikle fan küüpler, tatil beldeleri ve politikacılar tarafından kullanılmaktadır.

- **Özel ilgi bültenleri**: Özel ilgi grupları tarafından yayınlanan bu bültenlerin gelişerek dergi haline gelen örnekleri vardır. ABD’de bülten biçiminde yayınlanmaya başlayan Common Cause zamanla en büyük lobi faaliyetinde bulunan ilgi grubunu temsil eden dergi haline dönüşmüştür.

- **Kişisel ilgi bültenleri**: Hedef kitlelerine ortak sorunlar hakkında çözüm önerileri sunan bu tür bültenler, şahıs veya kurumlar tarafından kazaç sağlamak amacıyla yayınlanır.

1.3.2. Bültenlerin Özellikleri

- Bültenler, işletmelerin hem medya hem de kamuoyu ve hedef kitleleri ile sağlıklı ilişkiler kurması için etkin bir halkla ilişkiler aracıdır.

- Gazete ve dergilerin kısa ve öz biçimde bilgi edinmesine yardımcı olan bültenler, basını yönlendirdiği izlenimi paylaşmaktadır.

- Bültenler, haber verme özelliklerinin dışında belirli konularda bilgisine başvurulan kişilerin görüşlerini de yansıtır.
Bültenler, kamuoyunun dikkatini temsil ettiği işletmeye çekme görevi görür.

Bültenler, hemen her konuya yönelik olarak hazırlanabilir.

İşletmeler, ülke gündemindeki önemli bir konu için görüş ve düşüncelerini açıklamak için de bülten hazırlayabilir.

Bültenler, haber veren, hedef kitleyi de haberder eden iletişim araçlarıdır.

Profesyonel olarak hazırlanan bültenler, çalışanlar arası iletişimin sağlıklı kurulmasına katkıda bulunduğu kadar, iş yerinin etkin bir çalışma ortamına kavuşmasına ve iç dayanışmanın artmasına da önemli katkıda bulunur.

1.3.3. Bülten Hazırlamada Uyulması Gerekenler

Bültenler, iş yerlerinin amaçlarına yönelik bir promosyon olduğu için uzun söylevlerden kaçınımalıdır.

Her yeni sayının içeriği ilginç ve yeni özellikler taşmalıdır.

Bültenler özellikle çalışanların, üyelerin ve ortakların iş yeri ve birbirleri hakkında bilgi sahibi olması amacıyla hazırlanmıştır. Ancak önemli onları ilgilendiren haber, yazı, yorum ve fotoğraflara sahip olması gerekir.

Bültenlerin kısa ve öz cümlelerden, paragraflardan oluşması, anlaşılır ve sade bir dil ile yazılması gerekir.

Bültenler, tabloid bir gazete ebadında hazırlanabilir.

Bültenlerde tıpkı günlük gazetelerde olduğu gibi başlıklar, ara başlıklar ve spotlar kullanılmalıdır.

Habercilikteki 5N 1K kuralına uyulmalıdır.

1.4. Depliyan (Deplian)

Depliyan, el ilanlarının daha gelişmiş, cazip resimlerle süslenmiş ve değişik şekillerde katlanmış olanlardır. Ürünün kalitesi, kullanılışı, faydaları hakkında verilen bilgileri resimlerle, renklerle daha canlı ve daha ilgi çekici hale getirir. Ortak capta bir kuruluş için depliyanın verdiği veri katalog görevini de görür. En önemli özelliği katlanmış şekilinde orijinallaştırır.

1.5. Broşür


Daha fazla bilgi için “Mesleki Yazilar Yazmak” modülüne bakınız.

1.6. Pankart

Çok kısa mesajların yer aldığı, 25 x 35 cm boyutlarında, genel ortamlarda kullanılan küçük duyuru kartlarıdır. Halkla ilişkiler konusunda bir kampanya başlatıldığında etkili sloganların yazıldığı, büyük püvlerin kullanıldığı pankartlardan yararlanabilir. Kalıcı, etkileyici, ilgi çekici sloganların seçildiği ve yazıldığı pankartlar çevrede, vitrinlerde, belirli toplumsal merkezlerde kullanılabilir.
1.7. Afiş


Resim 1.5: Pankart örneği

Resim 1.6: Afiş örneği
Daha fazla bilgi için “Mesleki Yazlar Yazmak” modülüne bakınız.

1.8. El İlanı

El ilanı tek sayfadan meydana gelen, dağıtılmak kolay, elden dağıtulan, küçük ve ucuz bir reklam aracıdır. Genellikle resimsiz veya az resimle basılan kâğıtlardır. Sundağı mal veya hizmetin dikkat çekebilecek bir özelliğini tanıtmak isteyen ya da işe yeni başlayacak işletmeler, başlangıç olarak bu reklam aracından faydalanabilirler. Reklam tekniğine uygun, zevkle hazırlanmış bir el ilanı, herkes tarafından istekle kabul edilir ve etkili olur. Bu nedenle el ilanı, iyi cins kâğıtlara, temiz bir baskı ve güzel bir kompozisyonla hazırlanmalıdır.

El ilanları, perakendeci işletmeler tarafından mevsim sonu indirimli satışlarını duyurmada başarıyla kullanılabilir. Satış yerlerine yakın yerlerde dağıtımları halinde daha etkili olur. Çünkü el ilanından etkilenen kişiler, satış yerlerine yöneltiler. Kişileri hemen satın alma yönetime bakımdan el ilanlarının etkisi diğer iletişim ürünlerine oranla daha azdır. Ancak derhal satın alma yöneltmese bile ileride hatırlatma bakımından yardımcı olur.
1.8.1. El İlanı Örnekleri

**DAGTİLOGRAF RESEPSİYONİST**

Kent merkezinde yoğun şekilde çalışan büromuzda tam gün veya yarım gün çalışacak, aktif ve çalışkan bir eleman aranmaktadır. Ücret dolgundur.

**Müracaat**
Esin Gülen 238 57 68

---

Resim 1.8: El ilanı örneği

Daha fazla bilgi için “Mesleki Yazilar Yazmak” modülüne bakınız.

1.9. E-mail

Kurum içerisinde e-mailin bir iletişim aracı olarak kullanılması giderek yaygınlaşmaktadır. Hızlı ve bireysel olarak kullanım imkanı, doğrudan doğruya istenen gruba hitap edebilme olanağını getirmektedir. E-mail, ayrıca feedback’in de alınabilmesi bakımından, bir halka ilişkiler aracı olarak kullanmaya oldukça müsaittir. Ayrıca kişisel bilgisayarlar, çalışmaların daha verimli ve çabuk yürütülmemesi sağlarken hedef birimlerle ilişkin verilerin depolanmasına ve istatistiksel değerlendirmelerin yapılmasında etkili olmuştur. Özellikle internet ortamında dünya ölçüliğinde tanıtım olanakları gelişmiştir. Firmaların oluşturdukları WEB sayfaları ve e-mailer, sanal ortamın halka ilişkiler alanıyla uğraşan kişilere sunduğu yeni fırsatlardır.

Kurum içi iletişim aracı olarak e-mailin kullanımının çeşitli dezavantajları da vardır. Örneğin herkesin bu yöntemle kullanmayı bilmemesi, rahat olmayan bir ortamdan gelen mailerleri okuma gereği ve gerektiği gibi bunların kağıda dökülmesi kâğıt ve zaman israfına neden olmaktadır. Ayrıca doğal olarak herkesin masasında mutlaka bir PC’nin bulunması bu aracı kullanım koşullarındandır.

Resim 1.9: Kurumlar ve çalışanlar teknolojiyle bütünleşmelidir.

1.10. İş Mektubu

Özellikle ilgili kişi ya da kuruluşu bir bilgiyi ivedilikle ulaştırabilmek için yararlanılan iletişim ürünüdür. İş mektuplarından genellikle kurum dışı hedef kitleye yönelik olarak yararlanılmaktadır. Bir iş mektubu başlık, hitap, gövde, kapanış, imza ve referans olmak üzere altı bölümden oluşmaktadır.

1.10.1. İş Mektubunun Bölümleri

- **Hitap:** Bu bölümde mektubun yazıldığı kişi tanımlanmaktadır. Kişinin unvan ve cinsiyetiyle ilgili bilgiler emin olmadıkça hitapta kullanılmamalıdır. Örneğin Bayan Deniz Açmaz diye hitap edecekiniz kişi aslında Deniz Bey olabilir. Bu nedenle emin olunmadığı durumlarda Sayın Deniz Açmaz biçiminde hitap en uygun olacaktır. Çok sayıda kişiye aynı anda gönderilen promosyon amaçlı mektuplarda ise kişisel hitap yerine, Değerli Müşterimiz, Sayın Abonemiz gibi hitaplar daha uygun olacaktır ve hata payını azaltacaktır.

Kapanış: İş mektubu, amacı doğrultusunda alcıyı bir konuda harekete geçirmeyi hedefleyen veya yardım talep eden ifadelerle ve imzanın üzerinde yer alan teşekkür ve iyi dilek cümleleriyle sona ermektedir.

İmza: Mektubu yazan kişinin adı daima daktilo edilmeli ve imza ismin hemen üzerinde yer almalıdır. Eğer gönderenin unvanı kâğıtta basılı değilse imzanın altında mektubu gönderen ile yazarın baş harflerinden oluşan sembol yer almaktadır.

Örneğin FB:yı Büyük harfler yazıyı gönderen, küçük harfler ise yazıyı yazan kişinin baş harfleridir.

Bir başka belirtilmesi gerekten nokta ise gönderilen yazının bir diğer kopyasını alan kişi varsa onun belirtilmesidir c: (kopyayı alan kişinin adı).

1.10.2. İş Mektubunun Yazımında Dikkat Edilmesi Gerekenler

- Okunması kolay olmalıdır.
- Önemli noktalar organize edilerek okurun kolay izlemesi sağlanmalıdır.
- Mektubu alan kişiden beklenenler ve hatırlanma sıri istenen konular vurgulanmalıdır.
- Alıcının cevap vermesi isteniyorsa bu durum mutlaka süre verilerek açıkça belirtilmelidir.

1.10.3. İş Mektubunun Çeşitleri

- Teyit Mektupları
  Bu tür mektuplar yollayanın ve alıcının önceden yaptığı yüz yüze görüşmelerde veya telefon konuşmalarında alınan kararları teyit etmek için yazılır. Asıl amaç, yapılan düzenlemelerin yazılı bir kaydını tutmak ve hiçbir şeyin göz ardı edilmediğinden emin olmaktır. Genelde çok kısa olur, A4 yerine A5 kâğıdına yazılır, bir veya iki paragraftan oluşur.

- Tasdik Mektupları

- Bilgi Edinme Mektupları
  Başka bir şirketten, mal ve hizmetleri hakkında bilgi almak için yazılan mektuplardır. Örneğin “Ürettığiniz malların türleri hakkında detaylı bilginin yanı sıra fiyat listesi ve dağıtım ve dağıtım tarihlerini de bana bildirirseniz çok müteşekkür olurum.” diyerek yazılılabilmektedir.

- Faturaların Ödenmesini Talep Eden Mektuplar
Şikayet Mektupları
İş yaşamında karşılaşılan kişilerle ilgili olarak çalışanlar tarafından yazılan mektuplardır. Şikayetler basit ve mantıklı bir şekilde belirtilmelidir.

Özür Mektupları

Takdim, Tavsiye ve Referans Mektupları
Takdim mektubu, üst kademeden biri veya işveren tarafından bir temsilciyi veya yeni bir çalışanı müşteriye ya da iş yapacağı başka birine tanıtacak için yazılır. Kısa tutulur ve ilgiliye iletilmek üzere temsilciye verilir.


Yukarıdaki mektuplara ait örnekleri kaynaklar bölümündeki iletisim kitaplarından ve çeşitli internet adreslerinden bulabilirsiniz

1.11. Memorandum (Hatırlatma Notları)

Genellikle smrli sayıda kişiyi,hatta kimi zaman bir tek kişiye mesaj iletmek için kullanılan hatırlatma notları, bazen de çalışanların tümüne kapşar. Örneğin işletmenin oğne kadar en yüksek kârı yakaladığına ait bir haber için bültenlerden yararlanılsa bile, bu bilginin hızlı bir şekilde dağılımı için sıkıkkla hatırlatma notlarından faydalananılabilir.

Genellikle hatırlatma notunda yaygın olarak kullanılan sözcükler seçilmeli, kısa cümle ve paragraflar kullanılmalı ve özellikle tam gün çalışmayanlar için ise geriye dönük bilgi verilmelidir. Özellikle vurgulanacak istenen noktalar, dikkat çekmesi için aynı paragrafta değil de, yukarıdan aşağıya doğru dikey bir biçimde yazılar.
1.11.1. Hatırlatma Notlarının Kullanım Amaçları

- Bilgi sormak ve bilgi vermek
- Fikir değişimini için
- Bir şeyi onaylamak
- Rica etmek
- Dikkat çekmek
- Bir örgüt politikasını belirtmek
- Toplantı talebinde bulunmak, bir toplantıyı iptal etmek ve ne zaman yapılacağını bildirmek
- Daha önceki bir hatırlatma notunu düzeltmek

1.11.2. Hatırlatma Notlarının Özellikleri

- Tarih belirtilmelidir.
- Alıcının kim olduğu yazılmalıdır.
- Gönderen kişinin adı ve soyadı açık olarak belirtilmelidir.
- Konu hakkında kısa bir açıklama yapılmalıdır.

1.11.3. Hatırlatma Notlarının Çeşitleri

- Acil durumlar da kullanılan kısa ve öz olan hatırlatma notları
- Bir konu üzerinde daha sonra konuşmak üzere tanımlayıcı bilgi veren hatırlatma notları
- Bilgilendirmeyi amaçlayan hatırlatma notları
- Gerç克莱şmiş veya planlanan bir durum hakkında bilgi aktaran ve alıcının görüşünü alma amacıyla hatırlatma notları
- Bir faaliyet veya tartışmanın ana başlıklarını içeren özet hatırlatma notları
- Kişiye özel hatırlatma notları

1.11.4. Hatırlatma Notu Örneği

9/Şubat/1999
Kime: Ahmet Suicmez, denetçi
Kimden: Mehmet Suveren, yatırım ilişkileri
Konu: Konferans salonunda 16 Şubat, sabah saat 10.00’də 1999 yılılık raporu hakkında yapılmış planlanan konferansla ilgili

1.12. Kartvizit

Kartvizit, kişiyile birlikte bağlı olduğu kuruluşu da tanıtmak, hedef kişi ve birimlerin kurulüşa kolayca ulaşmasını sağlamak için yararlanılan küçük boyutlu iletişim ürünleridir. Kartvizit, iletişimi geliştirmeye yönelik olarak çoğunlukla yüz yüze ilişkilerde kullanılır.

Resim 1.10: Kartvizitler yüz yüze ilişkilerde kullanılır.
1.13. Standart Mektuplar (Doğrudan Posta)


- Alıcıya mektubun neden yollandığını anlatan giriş bölümü
- Bu konudaki bilgilerin ve destekleyici kanıtların verildiği, genellikle ikna edici duygusal bir tonda yazılan, mesajın ana gövdesi
- Alıcıyi harekete geçmeye yönelten özet ya da sonuç

Bunların tercih edilen biçimleri tek sayfalık, dört paragraflık olanlardır. Yazılımları ise duyu runum ya da reklamın metin yazımına benzer. İkna edici, bilgi verici, hatırlatıcı ve destekleyici olmak üzere çeşitli türlerde ayrılırlar.

1.13.1. Standart Mektuplarda Olması Gerekenler

- Objektiflik
- Doğru adreslere gönderilmesi
- Okuyucunun anlayacağı bir dilin kullanılması
- Okuyucunun harekete geçmesini kolaylaştırması
- Belli aralıklarla gönderilmenin devam etmesi

Halka ilişkiler bölümüne kullanılacağı yazılı araçlar içinde ayrıca kurum kimliğini yansıtan başlıklı kağıtlar, davetiyeler, bayram kartları, özel bastırılmış pullar ve karikatürler kullanılır. Bu yazılı araçlar firmanın ortak ambalominin ve firmanın seçtiği özel renkleri taşımalı, standart bir özellikleri olmalıdır. Bunlar firma imajı yaratma açısından son derece etkilidir.

Davetiyeler için “Mesleki Yazılar Yazmak” modülü’ne bakınız.
UYGULAMA FAALİYETİ

Eğitim aldığınız kurumda olacak sosyal etkinlikler için broşür, afiş, pankart, el ilanı ve hatırlatma notları hazırlayınız. Ayrıca yapılacak etkinliklere çeşitli kurumların da katılımını sağlamak için kurumlara özel iş mektupları ve standart mektuplar hazırlayınız. Bu konularda arkadaşlarınızın çalışmalarına da bakınız.

Tüm bu yapılan çalışmalarını arkadaşlarınızla birlikte öğrencilerinizi ışığında değerlendiriniz. Değerlendirme sonucunda eksik ya da hatalı gördüğünüz konularla ilgili öğrenme faaliyetine dönerek konuyu tekrar ediniz.

<table>
<thead>
<tr>
<th>İşlem Basamakları</th>
<th>Öneriler</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Yazının konusunu seçiniz.</td>
<td>El kitapçığı, bülten, kitap ve depliyanları konuları anlatımları bakımından inceleyerek, görüşlerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>Konuya ilişkin verileri toplayınız.</td>
<td>Konularda ilişkin verileri toplanırken dikkatli ve araştırmacı olunuz.</td>
</tr>
<tr>
<td>Verileri değerlendiriniz.</td>
<td>Yazılı araçların çeşitli örneklerinin yer aldığı bir arşiv oluşturunuz.</td>
</tr>
<tr>
<td>Biçim ve içeriğe uygun düzenleme yapınız.</td>
<td>Arama motorlarını kullanarak çeşitli kurumlar tarafından yazılmış iş mektubu ve öneri mektubu örneklere inceleyiniz.</td>
</tr>
<tr>
<td>Öneriler oluşturunuz.</td>
<td>Yapacağınız çalışmalar için gerekli literatür taramasını yapınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>Bilgi ve önerileri yazınız.</td>
<td>Düzenli ve planlı olunuz.</td>
</tr>
<tr>
<td>Bunları ilgili böümlere iletiniz.</td>
<td>Dil bilgisi kurallarına uygun yazılar yazmaya özen gösteriniz.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
**KONTROL LİSTESİ**

Aşağıda hazırlanan değerlendirme ölçeğine göre kendinizin ya da grubunuzun yaptığı çalışmaya değerlendirdiniz. “Evet/Hayır” seçeneklerinden uygun kutucuğa işaretleyiniz

<table>
<thead>
<tr>
<th>Değerlendirme Ölçütleri</th>
<th>Evet</th>
<th>Hayır</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1. El kitapçığı, bülten, kitap ve depliyenleri konuları anladığınız bakımdan inceleyerek</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>görüşlerini arkadaşlarınızla paylaştınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2. Konuya ilişkin verileri topladınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3. Konulara ilişkin verileri toplarken dikkatli ve araştırmacı olduğunuz mu?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>4. Arama motorlarınızı kullanarak çeşitli kurumlar tarafından yazılmış iş mektubu ve öneri</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>mektubu örneğini incelediniz mi?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>5. Yapacağınız çalışmalar için gerekli literatür taramasını yaptınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>6. Bilgileri ilgili bölümlere iletiniz mi?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>7. Dil bilgisi kurallarına uygun yazılar yazmaya özen gösterdiniz mi?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

OBJEKTİF TESTLER (ÖLÇME SORULARI)

Aşağıda verilen ifadelerin başındaki boşluğa doğru (D) yanlış ise (Y) koyunuz.

1. ( ) El kitapçığı, işletmeye yeni gelen ve giren personele firmayı çok yönlü tanıtan, yeni elemanın hak ve sorumluluklarını gösteren kitapçıktır.

2. ( ) El ilanlarının daha gelişmiş, cazip resimlerle süslenmiş ve değişik şekillerde katlanmış olanına bülten diyoruz.

3. ( ) e-mail ayrıca feedback’ın de alınabilmesi bakımından, bir halkla ilişkiler aracı olarak kullanmaya oldukça müsaittir.

4. ( ) Özellikle ilgili kişi ya da kuruluşunun bir bilgiyi ivedilikle ulaştırabilme için yararlanılan iletişim ürününe hatırlatma notu (memorandum) denir.

5. ( ) Bir iş mektubu başlık, hitap, gövde, kapanış, imza ve referans olmak üzere altı bölümden oluşmaktadır.

6. ( ) Geniş kitlelere yollanan standart mektuplara doğrudan postalama adı verilir

7. ( ) Çok kısa mesajların yer aldığı, 25 x 35 cm boyutlarında olup genel ortamlarda kullanılan küçük duyuru kartlarına kartvizit denir.

DEĞERLENDİRME

AMAÇ

İşletme gazetesi ve dergisi hazırlayabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Çevrenizde bulunan yerel ya da ulusal bir gazeteden ziyaret edip gazeteler hazırlanırken dikkat edildiğini araştırarak, öğrendiklerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.
- Çevrenizde bulunan yerel ya da ulusal bir dergiden ziyaret edip dergiler hazırlanırken dikkat edildiğini araştırarak öğrendiklerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.
- Bir işletme gazetesinin veya işletme dergisinin hazırlanıkları yeri ziyaret ederek bilgi alınız. Bu bilgiler işçinin diğer gazeteler ve dergilerle olan benzerlik ve farklılıklarını arkadaşlarınızla değerlendiriniz.
- İşletme gazetesi ve işletme dergisi örneklerini eğitim aldığını ziyaret ederek arkadaşlarınızla inceleyiniz.

2. İŞLETME GAZETESİ/DERGİŞİ

2.1. İşletme Gazetesi


Yapılan bazı araştırmaların sonuçlarına göre, özellikle firma personelinin işletme gazetesindeki ekonomik ve teknik haberlerden çok, toplumsal ve kişisel sorunlara yönelik haberlere ilgi gösterdikleri görülmektedir. Örneğin ücret artışları, başka işe aktarılma, yeni sosyal hak ve beklentileri, eğitim ve iş güvenliği gibi konuları içeren haberler iş görenler tarafından ilgiye izlenir.
2.1.1. İşletme Gazetesinin Hazırlanmasında Uyulması Gereken Kurallar

- Yayın organının okur kitlesi olarak kime sesleneceği, mutlaka önceden belirlenmelidir.
- Tiraş, okur profiline göre düzenlenen listede yer alan kişi sayısından birkaç yüz fazla olmalıdır.
- Bu tür yayınların ortak amaçları, çalışanların kurumla ilgili olumlu imaja sahip olmalarını sağlamak, bilgilendirmek ve verimliliği artırmaktır.
- Yayının adı işletmenin imajıyla uyumlu olması için özenle belirlenmelidir.
- Bir işletme gazetesi, okurunun ücret karşılığı almak isteyebileceği biçimsel özelliklere sahip olmalı, sayfa düzeni açısından dengeli, uyumlu ve orantılı olmalıdır. Özellikle tabloid boyutunda, güvenirlik açısından çok fazla abartılı bir şekilde parlak renklerin kullanılmamasına dikkat edilmelidir.
- İyi bir dağıtım aği oluşturularak özellikle posta yoluyla dağıtımın yapılması, yayının tek tek evlere ulaşması gerekir.
- İşletme gazetesinin, biçimsel olarak, yazım, sayfa düzeni ve baskı tekniklerinin bir araya gelmesinden oluşması nedeniyle bunlar da herhangi bir aksamanın meydana gelmesini önlemek için önceden çok iyi bir bütçenin oluşturulması gerekir.
- Bir işletme gazetesi, herhangi bir haftalık veya aylık dergi ya da gazeteden görüntü olarak çok farklı olmamalıdır.
- Haberler tam ve doğru olarak verilmelidir.
- Abartılı haber başlıklarından kaçınılmalıdır.
- Haberler güncel olmalıdır.
- Gazetede diğer kurumlarla ilişkisini geliştirerek öneri ve uygulamaları ait konulara daha çok yer verilmelidir.
- Kurumun kamu yararına yönelik çalışmalarını ve hizmetleri abartımadan verilmelidir.
- Gazete, ilk bakışta kurumun propaganda aracı olarak algılanmayacak bir şekilde yayınlanmalıdır.
İşletme gazeteleri, çok yönlü işlenen, açık ve samimi bir kalemle yazılan ve her düzeyde iş görenin bilgi gereksinimini gidermeyi amaçlayan nitelikte olmalıdır.

Resim 2.12: İş görene ait bilgiler olmalıdır.

2.1.2. İşletme Gazetesinde Yer Alması Gereken Konular

- Kurumun üretimiyle ilgili haberler
- Kurumun finansal ilişkileri ve durumu
- Yönetimindeki değişiklikler ve terfiler
- Çalışma koşullarıyla ilgili haberler
- Başarılı personelin ödüllendirilmesine dair haberler
- İş güvenliği ile ilgili makaleler
- İlgi çekici hobiler (akvaryum, bahçe işleri vb.) hakkında bilgiler
- Uzun yıllar işletme olarak çalışan kişilerin hayat hikayeleri ve anıları
- Doğum, ölüm ve mutlu günlere ait haberler
- Spor haberleri
- İlgi çekici konuları içeren diğer yazılar

2.1.3. Kurumsal Gazetelerin Hedef Kitleleri

- Kurum içi hedef kitle
- Kurum dışı hedef kitle
- Hem kurum içi hem de kurum dışı hedef kitle

2.2. Dergiler

Kurumsal dergiler, kurum içi ve kurum dışı hedef kitlelere ulaşmada son derece yararlı iletişim kanallarıdır. Belirli aralıklarla hazırlanarak hedeflenen tüm noktalara ulaştırılan kurumsal dergiler, kurumun işile ilgili faaliyetlerinin yanı sıra sosyal etkinlikleri de duyurabilen bir araçtır. Eğitim, sağlık, otomotiv ve inşaat sektörü gibi değişik alanlarda çalışan işletmelerin çıkardıkları dergiler bunlara ait birer örnek olabilir.


Resim 2.13: Dergiler
Arkadaşlarınızla iki gruba ayrılıarak eğitim aldığınız kuruma ait olan gazete ve dergi çıkartınız. Çalışmalar sırasında gerekli birimlerden gerekli yardım ve desteği alırken ve de destek alırken kurallara uyunuz. Çalışmalarınızı arkadaşlarınızla öğrendiklerinizin işığında değerlendiriniz. Değerlendirme sonucunda eksik ya da hatalı gördüğünüz konularla ilgili öğrenme faaliyetine dönerek konuyu tekrar ediniz.

<table>
<thead>
<tr>
<th>İşlem Basamakları</th>
<th>Öneriler</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>➢ Yönetimle beraber dönemsel temayı seçiniz.</td>
<td>➢ Çeşitli işletmelere ait gazete örnekleri toplayınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Sektöre ait verileri toplayınız.</td>
<td>➢ Çeşitli işletmelere ait gazete örneklerini konuları bakımından inceleyiniz.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Kuruma ait verileri toplayınız.</td>
<td>➢ Kurumda çalışanlar tarafından en fazla okunan işletme gazetesini internetten araştırarak, okunma nedenini bulunuz.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Personele ait verileri toplayınız.</td>
<td>➢ Gereklı verileri toplarken araştırmacı, dikkatli, yenilikçi ve sabırlı olunuz.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Temaya ait verileri ayıklayınız.</td>
<td>➢ Çeşitli işletmelere ait dergileri sayfa düzeni ve baskı teknikleri bakımından inceleyiniz.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Verileri habere dönüştürünüz.</td>
<td>➢ Dil bilgisi kurallarına uygun yazılar yazmaya özen gösteriniz.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Sayfa düzenini yapınız.</td>
<td>➢ Olanaklar çerçevesinde sayfa düzeninde en son teknolojiyi kullanmaya özen gösteren kurumları araştırınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Baskısını yapınız.</td>
<td>➢ Baskı için gereklı bütçelenmenin zamanında yapıldığı işletmelere ait birkaç örnek bulunuz.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Gönderilecek yerleri tespit ediniz.</td>
<td>➢ Kurumunuzda çıkaraçağınız gazete ve dergi için gereklı organizasyonu yaparak sistemli çalışınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Paketlemenin iyi yapılmasını sağlayınız.</td>
<td>➢ Literatür taraması yapınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Dağıtılmazı sağlayınız.</td>
<td>➢ Önemli örneklerden arşiv oluşturunuz.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
KONTROL LİSTESİ

Çevrenizdeki arkadaşlarınızla birlikte grubunuzu değerlendirek eksik veya hatalı gördüğünüz konularda öğrenme faaliyetine dönerek konuyu tekrar ediniz.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Değerlendirme Ölçütleri</th>
<th>Evet</th>
<th>Hayır</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1. Çeşitli işletmelere ait gazete örnekleri topladınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2. Yönetimle beraber dönemsel temayı seçtiniz mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3. Gerekli verileri toplarken araştırmacı, dikkatli, yenilikçi ve sabırlı oldunuz mu?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>4. Çeşitli işletmelere ait dergileri sayfa düzeni ve baskı teknikleri bakımından incelediniz mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>5. Baskı için gerekli bütçelenenin zamanında yapıldığı işletmelere ait birkaç örnek buldunuz mu?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>6. Kurumunuzda çıkaracağınız gazete ve dergi için gerekli organizasyonu yaparak sistemli bir çalışma yaptınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>7. Dil bilgisi kurallarına uygun yazılar yazmaya özen gösterdiniz mi?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

DEĞERLENDİRME

OBJEKTİF TESTLER (ÖLÇME SORULARI)

Aşağıdaki soruları cevaplayarak faaliyette kazandığınız bilgi ve becerileri ölçünüz. Aşağıdaki cümlelerin başındaki boşluklara doğru cümleler için (D), yanlış cümleler için (Y) ibaresi koyunuz.

1. ( ) İşletme gazetelerinde yer alan konular, kurumun ekonomik, sosyal, teknik yapısı, yatırımları ve son gelişmeleri kapsar.

2. ( ) İşletme gazetesi, ilk bakıста kurumun propaganda aracı olarak algılanacak bir şekilde yayılmalıdır.

3. ( ) Bir işletme gazetesi, okurunun ücret karşılığı almak isteyeceği biçimsel özelliklere sahip olmalı, sayfa düzeni açısından dengeli, uyumlu ve orantılı olmalıdır. Özellikle tabloid boyalarında güvenilirlik açısından çok fazla abartılı bir şekilde parlak renklerin kullanılmamasına dikkat edilmelidir.

4. ( ) İşletme dergilerinin belirli bir yayılana zamanı olmadığı için günlük olarak yayınlanmaktadır.

5. ( ) Masraflı oluşu ve hazırlarının zamanı olması, dergilerin zayıf yanlarıdır.
ÖĞRENME FAALİYETİ–3

AMAÇ

Yıllık rapor yazabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Ülkemizdeki ve dünyadaki bazı büyük firmaların hangi amaçla yıllık rapor çıkardıklarını araştırınız.
- Yıllık raporların hazırlanmasında kullanılan şekil ve modelleri araştırarak, rapor örnekleri üzerinde deneyiniz.
- Ülkemizdeki sosyal sorumlulukla ilgili konuları ele almak için yıllık rapor hazırlayan şirketleri araştırarak, öğrendiklerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız.

3. YILLIK RAPOR

Yıllık raporlar, bir kuruluşun hedef gruplarıyla iletişim kurmada faydalandıkları başlıca araçlardan birisidir. Raporlar hissedarlara ve ilgili hedef gruplara bir şirketin bir yıl içerisinde neler yapıp neler yapmadığını söyler. Ayrıca bir kuruluşun imajını ve yönetim yeteneğini de yansıtan yıllık raporlar, yeni yatırımcıları kuruluşça çeken ve hisse senetlerinin fiyatlarının da belirlenmesinde etkili olan iletişim araçlarıdır. Yıllık raporlar, bazen halkın kuruluşun içini gördükleri bir pencere olarak da nitelendirilir. Halkla ilişkiler uzmanı tarafından hazırlanılan yıllık raporlar genellikle şirketin yıllık toplantısından önce hazırlanır ve toplantıda da ele alınır. Şirketlerin yıllık rapor yazmaları bir zorunluluktur.


Bu nedenle yıllık raporların, doğruluk ve dürüstlük ilkelерinden ayrılmaksızın yazı, tablo, resim, şekil gibi unsurların etkili bir tasarım içindedirler. Yıllık raporların basılacağı kâğıdın açık renkli ve yazıların da açık renklerde olması raporun okunmasını güçleştirir. Ayrıca raporun metin kısımlarında ara başlıklara yer vermek de raporun okunmasını ve bilgilerin anlaşılmasını kolaylaştırır.

3.1. Yıllık Raporların Yayınlanma Amaçları

- Kuruluşların, hedef gruplar ve toplum üzerindeki güvenirlıklarının sağlanması ve bu durumun pekiştirilmesi için yayınlanır.
- Kuruluşların, kurumsal kimliklerinin oluşturulup desteklenmesi için yayınlanır.
- Kuruluşa yatırımcı ve hissedarların desteğini çekmek ve bu durumun devamını sağlamak için yayınlanır.
- Kuruluştaki çalışanların eğitimi ve yeni işe başlayacakların iş yerine uyumunu sağlamak için yayınlanır.
- Kuruluş çalışanlarının, kuruluşa yaptığı katkılarının belirtilerek, morallerinin yükseltildiği için yayınlanır.
- Kuruluş çalışanlarının güven ve desteğini kazanmak için yayınlanır.
- Sosyal sorumluluk konularını ele almaktan� için yayınlanır.
- Kuruluşun ve yöneticilerin niteliklerini ortaya koymak için yayınlanır.
- Bir kuruluştaki hissedarların yatırımcı olarak kalıp, kalmayacaklarına karar vermelerini kolaylaştırmak için yayınlanır.
- Bazı kuruluşlar tarafından sadece finansal konuları açıklamak için yayınlanır.
- Kuruluşların hisse senetlerinin kişiler ve kuruluşlar tarafından alınmasını sağlamak için yayınlanır.

Resim 3.15: Yıllık raporlar yeni işe başlayanları bilgilendirir.
3.2. Yıllık Raporları Planlama ve Hazırlama

Yıllık raporları hazırlama ayrıntılı bir çalışmayı, yaratıcılığı, birimler arasında koordinasyonu, halka ilişkiler, hukuk, mühasebe, fotoğraf, grafik tasarım ve genel yönetim alanında uzmanlaşmış kişilerin ortak çabalarını ve bilgilerini gerektirir. Yıllık raporların hazırlanmasından halka ilişkiler birimi sorumlu olmasına rağmen, aslında raporların hazırlanması kurumsal bir çabayı gerektirir. Yıllık raporların planlanması ve hazırlanmasında halka ilişkiler kampanyalarında izlenilen dört adım yöntemi izlenilir. Öncelikli olarak çok özel amaçlar (örneğin büyüme, girişimcilik ve uluslararası rekabet gibi) tespit edilerek bu amaçlara ulaşmak için hangi araçların kullanılacağına karar vermek gerekir. Daha sonra ayrıntılı bir bütçe ve zaman planlaması yapılarak, hedef kitlenin ilgi duyabileceği alanlardaki bilgiler de toplanarak açı, anlaşılabılır bir dille yıllık raporlar hazırlanmalıdır.


Eğer kuruluş, özel sektörde faaliyet gösteriyorsa o zaman raporun bir bölümünde kuruluşun tüm faaliyetlerine yer verilmelidir. Raporda çok fazla iyimser bir dil ve endüstriyel bir jargon kullanılmamalıdır. Önemli olan yıllık raporun fiziksel olarak çekici ve içerik olarak da gerekli bilgileri açıklaması gerekir.

Resim 3.16: Halka ilişkiler diğer birimlerle koordineli çalışır.

3.3. Yıllık Raporlarda Bulunması Gerekenler

- Önceki yılın raporlarının eleştirisi
- Son iki yıla ait onaylanmış hesap raporları
- Son beş yıla ait yapılan işlerle ilgili yönetim analizlerinin özetı
- Şirket yöneticilerinin başlıca görevlerinin tanımlanması
- Son iki yıl için borsa ve kâr hisseleri bilgileri
- Şirket hesaplarını kontrol eden kişilere işe ilgili tanımlamaları
- Enflasyon hesaplamalarının eklenmesi
Raporda resim ve metin dengesinin iyi kurulması, resimlerin metinleri tamamlayıcı nitelikte olması
Kullanılan ifadelerin kolay ve anlaşılabilir olması, metin kısımlarının kısa paragraflardan oluşması
Özellikle grafik ve şekillerin, tablolardan daha fazla kullanılması
Kurumun gelecek yılından beklentileri ve girişimlerinin neler olacağını belirtilmesi

Resim 3.17: Raporlarda şirket hesapları yer alır.

3.3.1. Yıllık Raporlarda Standart Olarak Olması Gerekenler

- Şirketin adı, adresi, tepe yöneticileri, şubeleri, demirbaşları ve yapılan işler
- Yöneticiler tarafından, hissedarlar için yazılmış, gelecekteki iş ve yatırım stratejilerinin tartışıldığı mektup (Yıllık raporların önemli bir parçasını oluşturur.)
- Geçen yılın finansal fotoğrafinin yansıtan analiz ve açıklamalar
- Kurum tarafından yapılan sosyal ve kültürel faaliyetler

3.3.2. Yöneticinin Yazdığı Mektupta Bulunması Gerekenler

- İlk paragrafta kuruluşun geçen yılın satış ve kazançlarındaki en önemli tarafın altı çizilmelidir. İçinde bulunan ekonomik durum ve piyasa koşullarında yıl içinde olması gereken en iyi sonuçları bağırmak için yapılan hazırlıklar belirtilmelidir.
  - Toplam kalite yönetimi veya “yeniden düzenleme” gibi önemli programlar ve çalışmaların yapıkları özel katkılar belirtilmelidir.
  - Kesin olarak geçmiş konuları anlatan genel bir özet verilmelidir.
  - Kâr或者是 hem de sorunlu olan konular, ilerisi için kurumsal bir bakış açısıyla değerlendirilmelidir.
  - İzlenecek stratejilerin genel hatları, güçlükleri yeni ve kuruluşun gücünü artırmak için nasıl bir plan izleneceği konusunda bazı bilgiler verilmelidir.
  - Planları geliştirmeye çabaları verilmelidir.
  - Yeni ürünler ve coğrafi konum bakımdan pazar çeşitliliğini artırmaya çabaları verilmelidir.
  - Müşteri hizmetlerini geliştirmeye çabaları anlatılmalıdır.
  - Teknoloji kullanımının arttığı ve bu konularla ilgili çalışmaların sürekli takip edildiği anlatılmalıdır.
  - Kuruluşa rekabet avantajı sağlayacak ek yenilikler belirtilmelidir.


Arama motorlarını kullanarak yıllık rapor örneklerini araştırınız.
Arkadaşlarınızla aranızda görev dağıtımı yaparak kurumunuzun yeni işe başlayanlarına tanıtımını, sosyal sorumlulukla ilgili yapılanları, toplam kalite yönetimine teşvik sağlayan kurumunun çalışanlarının ve yöneticilerin niteliklerini ortaya koyan konularda gerekli araştırmaları yaparak kapağıyla uyumlu, kurumunuzu tanıtan bir yıllık rapor hazırlayınız. Çalışmalarınızı öğrendiklerinizin ışığında değerlendiriniz. Değerlendirme sonucunda eksik ya da hatalı gördüğünüz konularla ilgili öğrenme faaliyetine dönerek konuyu tekrar ediniz.

<table>
<thead>
<tr>
<th>İşlem Basamakları</th>
<th>Öneriler</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>➢ Verileri toplayınız.</td>
<td>➢ Veri toplama yöntemlerini dikkatli kullanınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Verileri düzenleyiniz.</td>
<td>➢ Ofis programlarını etkili kullanınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Verileri rapor formatına yerleştiriniz.</td>
<td>➢ Arama motorlarını kullanarak çeşitli kurumların ait yıllık raporları inceleyiniz.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Raporun çıktısı alınınız.</td>
<td>➢ Verileri toplarken hiyerarşik yapıya bağlı kalmınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Çıktısı alınan raporu kontrol ediniz.</td>
<td>➢ Düzenli, dikkatli ve hızlı olunuz.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Raporu ilgiliye iletiniz.</td>
<td>➢ Dil bilgisi kurallarına uygun yazılar yazmaya özen göstererek dili etkili kullanınız.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Ülkemizdeki büyük şirketlerin yıllık raporlarını hangi isimlerde yayımladıklarını araştırınız.
KONTROL LİSTESİ

Arkadaşlarınızla birlikte grubunuzu değerlendirerek eksik veya hatalı gördüğünüz konularda öğrenme faaliyetine dönerek konuyu tekrar ediniz.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Değerlendirme Ölçütleri</th>
<th>Evet</th>
<th>Hayır</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1. Verileri topladınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2. Veri toplama yöntemlerini dikkatli kullandınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3. Arama motorlarını kullanarak çeşitli kurumlara ait yıllık raporları incelediniz mi?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>4. Düzenli dikkatli ve hızlı oldunuz mu?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>5. Çıktısı alınan raporu kontrol ettiniz mi?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>6. Ulkemizdeki büyük şirketlerin yıllık raporlarını hangi isimlerde yayınladıklarını araştırdınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>7. Dil bilgisi kurallarına uygun yazılar yazmaya özen göstererek dili etkili kullanınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

OBJEKTİF TESTLER (ÖLÇME SORULARI)

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru seçeneği işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi yıllık rapor hazırlama gerekli bilgilerden değildir?
   A. Muhasebe  
   B. Fotoğraf  
   C. Hukuk  
   D. Coğrafik bilgiler

2. Aşağıdakilerden hangisi yıllık raporların yayınlanma amaçlarından birisidir?
   A. Seyahat için yayınlanır.  
   B. Toplantılar için yayınlanır.  
   C. Sosyal sorumluluk konularını ele almak için yayınlanır.  
   D. Görüşmeler için yayınlanır.

3. Aşağıdakilerden hangisi yıllık raporlarda standart olması gerekenler dışında kalır?
   A. Çalışanların adresi  
   B. Şirketin tepe yöneticileri  
   C. Şubeleri  
   D. Şirketin demirbaşları

4. Aşağıdakilerden hangisi yöneticinin yazdığı mektupta bulunması gerekenler dışında kalır?
   A. Müşteri hizmetlerini geliştirmeye çabaları anlatılmalıdır  
   B. Kar payı politikası ve kayıtları anlatılmalıdır  
   C. Planları geliştirme çabaları verilmelidir  
   D. Hikaye anlatımı

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarlarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevaplarınız için faaliyetin ilgili konularını tekrar ediniz.
AMAÇ

Bu öğrenme faaliyeti sonunda anket uygulayabileceksiniz.

ARASTIRMA

- Anket türlerine ait örnekler araştırarak arkadaşlarınızla inceleyiniz.
- Anket hazırlayan birimlerle görüşerek çalışmalar hakkında bilgi alınız.
- Anketörlerle görüşerek karşılaştıkları problemler hakkında bilgi alınız.
- Kendisiyle anket yapılan kişilerle görüşerek düşüncelerini alınız.
- Ülkemizde son zamanlarda en fazla hangi konularda ve neden anket yapıldığını araştırarak öğrendiklerinizi arkadaşlarınızıla paylaşınız.

4. ANKET

Anket, bilgi alınacak kişilerin doğrudan doğruya okuyup cevaplandıkları şeklinde yapılan gözlemdir. En çok uygulanan anket şekli soru ve listelenin deneklere posta ya da yine posta ile alınmasıdır. Posta yoluya uygulanan anket, soru listelerine araştırma amacını belirleyen, araştırmayı yapan kişi ve kuruluşları ve cevaplamak için ilgili özellik taşıyan daha fazla soru ve listelerinin posta ile gönderilmesi, cevapların da yine posta ile alınma sıdasıdır. Posta yoluyla uygulanan anketler, soru listelerine araştırma amacını, araştırma yapan kişi ve kuruluşları ve cevaplamak için ilgili özellik taşıyan daha fazla soru ve listelerinin posta ile gönderilmesi, cevapların da yine posta ile alınma sıdasıdır.


Sorular hazırlanmadan önce çalışmanın kapsayacağı ayrıntılar olarak belirlenirse bu farklı bölümleri soru şeklinde dönüştürmek oldukça kolaylaşır. Daha açık bir deyişle elde edilmeye çalışılan her bilgi anket ve anket sorularının dışarıda dikkatli bir şekilde hazırlanmasını gerektirir.

Bu anketlerden birincisi ilgisiz soruların sorulmasını, ikincisi birbirine benzer soruların kendi aralarında gruplandırılması ve dolayısıyla soru cetvelinin mantıklı bir bütünlük oluşturmasını ifade eder.
4.1. Anket Türleri

Hedef kitleye anketin uygulanması klasik olarak yüz yüze, posta veya telefonla olabilir. Bu yöntemle son zamanlarda internet üzerinden yapılan anketleri de eklemek mümkün. Bu yöntemlerin uygulanmasında bazen birbirlerine karşı avantaj ve dezavantajları olabilir. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

4.1.1. Kişisel (Yüz Yüze) Görüşme ve Mülakat Usulü Anket


- Maliyeti çok yüksektir.
- Anketçinin peşin hükümleri ve hatalı davranışları bilgi kalitesini düşürür.
- Cevaplayananın çekinme ve övmeye gibi isteklerinden dolayı yanlış bilgi alınabilir.
- Çeşitli nedenlerden dolayı anketçiler olayı hayali mülakatlarla geçişirebilir.

4.1.2. Telefonla Anket


- Toplanan bilgilerin doğruluğunu kontrol etmek güçtür.
- Görüşmenin kısa olmasından dolayı ayrıntılı bilgi elde edilemez.
Şehir dışı görüşmeler pahalı olduğu için buralarla görüşme yapamaz.

4.1.3. Postalama Yoluyla Anket

Anket sorularının hedef kitleye posta yoluyla gönderilip cevap alınması şeklinde gerçekleştirilir. Çok ucuz çok fazla kişiye ulaşılabilir. Cevaplama süresi uzun olduğu için daha iyi cevaplar alınabilir. Anketçinin etkisinin olmaması ve isim belirtilmemesinden dolayı daha samimi açıklamalar yapılabılır. Dezavantajlarına gelince bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Cevaplanma oranı çok düşüktür.
- Araştırma süresi uzar.
- Anlaşılmayan soruları açıklama imkânı yoktur.
- Toplumun her kesiminden cevaplanma oranı aynı değildir.
- Anketi kimin cevapladığı bilinmediği için yanlışlıkları düzeltmek zordur.
4.1.4. İnternet Üzerinden Anket


- Herkesin internet bağlantısı olmadığı için herkesin katıldığı bir anket olmayabilir.
- Soruların kimin cevaplandığı bilinmez.

Resim 4.21: İnternet yoluyla anket

4.2. Anket Sorularının Türleri

Bir anket formunda kullanılabilecek sorular değişik özellikler arz eder. Başlığa soru türleri; açık uçlu, kapalı uçlu, yar kapalı uçlu ve derecelendirme li soru dır. 4.2.1. Açık Uçlu Sorular


Bu sorular insanların rutin davranışları hakkında bilgi vermeleri istendiğinde ve tüm rakamların tahmin edilemediği (seçenek hâline getirilemediği) durumlarda da kullanılabilir. Örneğin “Günde kaç saat TV izliyorsunuz?” gibi. Son olarak açık uçlu sorular ayrıntılı bilgi- ye ihtiyaç duyulduğu ve seçeneklerin sıralanmasının pratik olmadığı durumlar için de uygundur, diyebiliriz. Örneğin “Hangi şehirde doğdunuz?”, “Arabanızın markası nedir?” gibi.


4.2.2. Kapalı Uçlu Sorular


“Aşağıdaki imkânlardan hangilerini çalışanlarına sağlıyorsunuz?”
1. Ücretli tatil
2. Ücretli istirahat
3. Tatil imkâni
4. Sağlık sigortası
5. Hıcbiri

Bu tür, çok cevaplı sorular ele alınan bir yolu her bir cevap seçeneğini ayrı bir değişken olarak düşünmektedir. Tek bir değişkenle ilgilenmek yerine örnek evet/hayır cevaplı 5 değişken olarak ele alınabilir.

➤ Sıralı Seçmeli Kapalı Uçlu Sorular


Örnek 1: “Bu semtte daha fazla tenis kortu olması gerekli”
1. Kesinlikle katılmıyorum.
2. Kismen katılıyorum.
5. Kesinlikle katılmıyorum.
Örnek 2: “Yaşınız nedir?”

1. 25’ ten aşağı
2. 26 - 40
3. 41 - 55
4. 56 - 70
5. 70’ ten yukarı

➤ Sırasız Seçenekli Kapalı Uçlu Sorular

Bu tür kapalı uçlu sorularda cevap seçenekleri bulunmamakla birlikte, bu seçenekler sürekli arz etmez. İnsanlardan birbirinden farklı kavramları içeren birini seçmeleri istenir. Soruları cevaplandıran kişi her bir seçeneği değerlendirmeli ve durumunu en iyi yansıtanı seçmemelidir. Bu soru türünün telefon anketlerinde kullanımı uygun değildir. Sırasız seçenekli kapalı uçlu sorulara aşağıdaki örnek verilebilir.

Örnek : "Aşağıdakilerden hangisi yaşadığınız yeri en yakın şekilde açıklamaktadır?"

1. Karavan
2. Müstakil ev
3. Apartman dairesi

➤ Yarı Kapalı Uçlu Sorular


Aşağıdaki örneği verebiliriz;Örnek : Bir toplumun gelişme sürecinde öncelikle aşağıdaki alanlardan hangisine yatırım yapılmalıdır?

1. Yollar
2. Parklar
3. Kanalizasyon
4. Diğer………………

Derecelendirme Soruları

Çoklu seçim sorularda, muhtemel cevap şıklarının tamamı cevaplayıcıya verilip bunlar arasında bir veya daha fazlasını seçmesi istenir. Bu tip soruların hazırlanması nispeten güç olmakla beraber, cevaplandırma sırasında cevaplayıcının işi kolaylaştırılmış olur. Bu tip soruların kullanılması sırasında, alternatif cevaplardan hiçbirinin atlanmamasına yanı bütün mümkün hallerin kaydedilmesine, seçimin yapılacağışık sayısı sınırlanması (kaçşık cevaplandırılacaksa) bunun belirtilmesine, şıkların kavram olarak da mükerrer olmasına, her şıkın sadece bir hususla ilgili olması, dikkat edilmelidir. Çoklu seçim tıpi sorularda da cevaplamayı zorlamaz hale getirmek için "bilmıyorum", "fikrim yok" veya "diğer (açıklayınız) ..." türünde şıklar ilave edilmelidir. Aşağıdaki örneği verebiliriz:
Örnek: Kendinize ilgili konularda karar verirken başkalarına danışır mısınız?

( ) Her zaman  ( ) Bazen  ( ) Hiçbir zaman

( ) Çoğunlukla  ( ) Nadiren

4.3. Anket Sorularının Nitelikleri

Soruların konuyla ilgili olması, soru sıralamasının kullanıma elverişli olması gerekir. Her şeyden önce sorunun amacı bilinmelidir. Hangi konuda, ne için, ne tür soru sorulacaktır. Anket soruları niteliklerine (iceriklere) göre dört gruba ayrılır. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

4.3.1. Olgusal Sorular

Doğum yeri, yaş, öğrenim durumu gibi gözlenebilir ve kolaylıkla kontrol edilebilen kişisel özellikleri belirleyen sorulardır.
Örnek: Öğrenim durumunuz nasıl?

( ) Okur-yazar değil  ( ) Okula gitmemiş okur-yazar

( ) Ökuldan ayrılmış  ( ) İlkokulu bitirmiş

4.3.2. Tutum ve Görüş Soruları

Örnek: Aşağıdaki özellikler açısından kendinizi nasıl görüyorsunuz?

( ) Gelecekle ilgili korkularım var.
( ) Kendime hiçbir konuda güvemiyorum.
( ) Kendimi her zaman yalnız hissediyorum.
( ) İnsanlardan nefret ediyorum (bazen - hiçbir zaman).
( ) Hiç kimsenin beni anlamadığı kanısındayım.

4.3.3. Davranış Soruları

Örnek: Çocuğunuzun okuldan kaçması size ne derece önemlidir?

( ) Çok önemli  ( ) Oldukça önemli

( ) Önemli değil  ( ) Hiç önemli değil

4.3.4. Bilgi Soruları

Örnek: Çocuk dayakla terbiye edilmeli mi?

() Katılıyorum  
() Taraafsızım  
() Karşıyım

4.4. Soruların Hazırlanması


Sorular hazırlanmadan önce çalışmanın kapsamı ayrıntılı olarak belirlenirse bu farklı bölümleri soru şeklinde dönüştürmek oldukça kolaylaşır. Daha açık bir deyişle elde edilmeye çalışılan her bilgi ankette bir soru şeklinde ifade edilmelidir.

Anket hazırlanmadan geçerli iki ana ilke vardır. Bunlardan birisi, sorulacak her sorunun araştırmanın ana konusu veya hipotezi ile doğrudan ilişkili olması, ikincisi ise soru cetvelinin bir iç bütününe sahip olmasınıdır. Bu ilkelede birincisi ilgisiz soruların sorulmamasını, ikincisi birbirine benzer soruların kendi aralarında gruplandırılmalarını ve dolayısıyla soru cetvellerinin mantıklı bir bütünü oluşturmasını ifade eder.

Resim 4.22: Soruların hazırlanması

4.4.1. Soruların Dili

- Sorular sade olmalı
- Cümleler uzun olmamalı
- Eğitim düzeyine uygun bir dil kullanılmalı
- Bu bağlamda öresel terimler kullanılmamalı
- Sorular cevap vereni herhangi bir şekilde etkilememeli
- Soruların kapsamı tek konuya yönelik olmalı
Sorduğumuz soruların arkasından kontrol edici sorular sorulmalı
Birbiriyle ilgili sorular aynı grupta olmamalı

4.4.2. Soruların Sırası

Hangi anket türü seçilirse seçilsin mutlaka bir giriş metni hazırlanmalı ve ilk sorular mümkün olduğuna bu giriş bölümünde açıklanan konularla doğrudan ilgili olmalıdır.

Örnek: Bir telefon anketinin giriş kısmını ile ilk sorusunu.


İlk sorunuz kaldıınız odanın temizliği ile ilgili ne dersiniz?

(1) Çok temiz (2) Temiz (3) Ne temiz ne kirli (4) Kirli (5) Çok kirli

Ayrıca ilk soruların somut olaylarla ilgili olması insanların soruları cevaplarken duydukları tedirginliği azaltmaktadır. İnsanlar ankete alıştıktan ve anketin amacı hakkında daha fazla bilgi sahibi olduktan sonra, subjektif sorulara daha rahat cevap verebilmektedirler. Örneğin bir kişiyi üye olduğu derneğin çalışmalarından memnun oldugundan önce, derneğe ne zaman ve nasıl katıldığı sorulması verilecek cevapla doğruluğunu artracaktır.

Dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta ise cevaplayıcının iyi bildiği konuları önce sorulmasıdır. Örneğin sağlık hizmetleri ile ilgili yapılan bir anketçe cevaplayıcıya öncelikle kendi sağlık ihtiyaçlarını sorulduktan sonra toplumun sağlık ihtiyaçları hakkındaki düşünceleri hakkında düzenecektir.

Özellikle ayrıntılı sorulardan oluşan uzun anketlerde, anketin son bölümünde cevaplaması kolay sorulara yer verilmelidir. Bu tür anketlerde cevaplayıcılar zihinsel olarak yorulabileceklerinden son soruları dikkatsizce doldurabilir ya da hiç cevaplamayabilirler.

Özellikle demografik soruların (yaş, cinsiyet, gelir düzeyi vb.) sonda olması, bu tür sorular fazla düşününce gerekçinlenmeyi gerektirir ve bu sayılan hatayı kaynaklarını büyük ölçüde ortadan kaldıracaktır. Ayrıca anket cevaplayan kişi anketin sonuna doğru anketin amacı ile ilgili ayrıntılı bilgi sahibi olacağını demografik soruları daha rahat ve çekinmeden cevaplayabilecek.

Aynı şekilde diğer hassas soruların da anketin son kısmında yer alması daha doğru olacaktır. Uyuşturucu kullanımı, dini inançlar, kürtaj, silahlanma gibi tartışmalı konularda görüş isteyen sorular, cevaplayıcıların anket amacını tam olarak anlayarak cevap verme konusunda tereddüt etmeyeceği kadar ileri kısımlarda sorulmalıdır. Fakat bu sorular cevaplayıcının bıkınlinktan dolayı cevap vermek istemeceği kadar da ileriye atılmamalıdır.

Bu hususları özetleyeceğiz olursak;

- Soruları cevaplayıcının en fazla bilgi sahibi olduğu konudan en az bilgi sahibi olduğu konuya doğru sıralamalı
- Doğal zaman sırasını takip etmeli
- Anketin ilk bölümlerinde anket amacını ortaya koyarak cevaplayıcının tereddütlerinin giderici nitelikte sorular sorulmalı
- Cevaplanması fazla düşünme gerektiren kolay soruları sonlara doğru sormalı
- Hassas soruları anketin ilerleyen bölümünde sormalı
- Sorular bir mantık sırasına sokulmalı

4.4.4. Soruların İçeriği

Bazı insanlar istedikleri bilgiyi elde etmek için soru hazırlamayı, soruları kağıdı dolduracak şekilde kaleme almak olduğunu düşünürler. Fakat bu düşünce doğru değildir. İyi soruların hazırlanması çok zaman almakla birlikte bu soruların elde edilecek kazanç çok daha fazla olacaktır. İnsanlar iyi tasarlanmış ilginç soruları istekli olarak cevaplayacaklardan cevap hataları, doğru olarak cevaplayabileceklerinden ölçüm hataları azalacaktır.

Cevaplama süresinin azalması cevaplayıcının her bir soru üzerinde daha az düşüneceği anlamındadır. Dolayısıyla iyi soruların cevaplayıcının yükünü azalttığı da profesyonellerin deyiminde cevaplayıcının yükünü minimize ettiği söylenebilir. Bunun için soru ile birlikte sorular yerine cevaplanması kolay sorular hazırlanması gerekmektedir. Ayrıca soruların cevaplayıcıları tarafından ne istendiğini tam olarak ortaya koyarak cevaplaması çok hataları azaltacaktır.

İyi soru yazabilmek için öncelikle göz önünde tutulması gereken en önemli prensiptir sorunun belirlendiği konuya doğru olmalıdır. İyi soru yazma ilk basamağı ihtiyaç duyulan bilginin tam olarak ne olduğunu belirtmektedir. Sorular genellikle insanların ne yaptıkları ya da ne olduklarını, davranış ve özellikleri; örneğin sigara içiyorlar mı ya da ne iş yapıyorlar vb. veya insanların ne istedikleri ya da ne düşündükleri, tutum ve inançları; örneğin vergi reformunu destekleyip desteklememekleri ya da 55 mil hiz sınırlını nasıl değerlendirdikleri vb. ile ilgilidir. Soruları en iyi bir şekilde ifade etmek için anket formunu kullanmak en iyi yöntemdir.

Bunun tersine posta anketindece bu soruların cevaplanması kolay soruların hazırlanması gerekmektedir. Ayrıca soruların cevaplayıcıları tarafından ne istendiğini tam olarak ortaya koyarak cevaplaması çok hataları azaltacaktır. İyi soru yazma son basamağı ihtiyaç duyulan bilginin tam olarak ne olduğunu tanımlamaktır. Sorular genellikle insanların ne yaptıkları ya da ne olduklarını, davranış ve özellikleri; örneğin sigara içiyorlar mı ya da ne iş yapıyorlar vb. veya insanların ne istedikleri ya da ne düşündükleri, tutum ve inançları; örneğin vergi reformunu destekleyip desteklememekleri ya da 55 mil hiz sınırlını nasıl değerlendirdikleri vb. ile ilgilidir. Bu tür bilgiye ihtiyaç duyulan bilgileri anket formundan almak için yararlanabilmek için anket formunu kullanmak en iyi yöntemdir.

4.4.3. Soruların Yazım Biçimini

İyi bir soru yazmanın ilk basamağı ihtiyaç duyulan bilginin tam olarak ne olduğunu tanımlamaktır. Sorular genellikle insanların ne yaptıkları ya da ne olduklarını, davranış ve özellikleri; örneğin sigara içiyorlar mı ya da ne iş yapıyorlar vb. veya insanların ne istedikleri ya da ne düşündükleri, tutum ve inançları; örneğin vergi reformunu destekleyip desteklememekleri ya da 55 mil hiz sınırlını nasıl değerlendirdikleri vb. ile ilgilidir. Bu tür bilgiye ihtiyaç duyulan bilgileri anket formundan almak için anket formunu kullanmamak en iyi yöntemdir.

İyi soru yazmadan önce basamak kullanacak ifadelerin ve ifade şeklinin belirlenmesidir. Bu konuda birçok deneme olmakla birlikte, iyi soru yazmak için geliştirilmiş kuralları içeren kusursuz bir liste bulunmaktadır. Bu tür bir listenin oluşturulması öndeki en büyük engel, listede yer alan prensiplerin birbirine çelişmesidir. Örneğin:

4.5. Soruların Uygulanması

- Önceki anketin konusu, amacı, anketi cevaplayacak olanların nitelikleri ve düzeyleri tespit edilmelidir.
- Ankete, cevaplama güvenliğini ve katılım oranını yüksek tutmak için amacı ve elde edilecek bilgilerin nerede kullanılacağını belirten bir açıklama konulmalıdır.
- Anketin uzunluğuna, anketi cevaplaymanın fazla zamanını almayacak biçimde ayarlanır. Ankette yazılı kaynaklardan edinilebilecek bilgilerle ilgili sorular sormaktan kaçınılmalıdır.
- Anketin hazırlanmasında her sorunun incelenen konuda ilgi alanları konusunda öğrencilerimizin sorunlarını daha yakın yakından tanımak, onların görüşlerini almak ve bunlara dayanarak öneriler getirmek istemişlerdir.
- Olumlu ilişkiler kurularak, nazikçe, kişinin yüzüne bakarak, aşık suratlı görünmekte kaçınılmalıdır.
- Kendinden emin, dostça, rahat bir tavır takınmalı ve araştırmayı bitirdikten sonra teşekkür etmelidir.

4.6. Anket Örneği

ÜNİVERSİTENİN ÖĞRENCİLERİNE UYGULANACAK ANKET

Sevgili Öğrencimiz,

ANKETİ CEVAPLAYAN ÖĞRENCİNİN;

<table>
<thead>
<tr>
<th>FAKÜLTE / YÜKSEKOKULU</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BÖLÜMÜ</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>SINIFI</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>CİNSİYETİ</td>
<td>☐ Bayan  ☐ Bay</td>
</tr>
<tr>
<td>YAŞI</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>DOĞUM YERİ</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

1. Burs dağıtım planlamasına yardımcı olmak için, sınıfınızda öğrenci arkadaşlarınız arasında, özel durumunu bildiğiniz ve parasal desteğe ihtiyaç olan, sizin dışındaki üç arkadaşınızı öncelik sırasına göre belirtebilir misiniz? (Bilmedğiniz kısımları boş bırakınız.)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Numarası</th>
<th>Adı-Soyadı</th>
<th>Fakülte/ Bölüm</th>
<th>Sınıfı</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2.</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3.</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

2. Size göre öğrenciler için para desteği dışında aşağıdaki yardım konularını ne ölçüde önemi olduğuunu öncelik sırasına göre 1 'den 5'e kadar numaralandıranarak belirtir misiniz?

☐ Barınma
☐ Yemek
☐ Giyecik
☐ Ulaşım
☐ Ders araç gereci
☐ Diğerleri ( açıklayınız ) .................................................................

3. Size göre bir öğrencinin aylık/yıllık ihtiyaçlarının parasal karşılığı en alt düzeyde ne olabilir?

- Barınma (Aylık ) ............................................................. (TL )
- Yemek (Aylık ) ............................................................. (TL )
- Giyecik (Yıllık ) ............................................................. (TL )
- Ulaşım (Aylık ) ............................................................. (TL )
- Ders araç-gereci (Yıllık ) ............................................................. (TL )
- Diğer ( açıklayınız) ............................................................. (TL )

TOPLAM .............................................................


- Ayda 1 milyon TL ☐
- Ayda 2 milyon TL ☐
- Ayda 3 milyon TL ☐
- Diğer .............................................................

5. Ege Üniversitesi Güçlendirme Vakfı yardımlarından yararlanıyor musunuz? (Evet ise işaretleyiniz)

43
- Yemek yardımdı
- Aylık parasal yardım
- Giyecek yardımdı
- İlaç ve tedavi
- Diğer (açıklayınız) ..........................

6- Kaç kardeşiniz? 7- Okuyan kaç kardeşiniz var?

<table>
<thead>
<tr>
<th>8- Babanızın öğrenim durumu</th>
<th>Kararlımı</th>
<th>İlkokul</th>
<th>Ortaokul</th>
<th>Lise</th>
<th>Üniversite / Hiçbiri Yüksek okul</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Okur</td>
<td>İkinci okul</td>
<td>İkinci lise</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

9- Babanızın mesleği

<table>
<thead>
<tr>
<th>10- Annenizin öğrenim durumu</th>
<th>Kararlımı</th>
<th>İlkokul</th>
<th>Ortaokul</th>
<th>Lise</th>
<th>Üniversite / Hiçbiri Yüksek okul</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Okur</td>
<td>İkinci okul</td>
<td>İkinci lise</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

11- Ege Üniversitesi’ne hangi il veya ilçeden geldiniz?

<table>
<thead>
<tr>
<th>12- Mezun olduğunuz lise</th>
<th>Kararlımı</th>
<th>Anadolu lisesi</th>
<th>Düz lise</th>
<th>Süper lise</th>
<th>Meslek lisesi</th>
<th>Özel lise</th>
<th>Fen lisesi</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>20-50 milyon</td>
<td>50-100 m</td>
<td>100-150 m</td>
<td>150-200 m</td>
<td>200-250 m</td>
<td>250 m ve üzeri</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

13- Ortalama aylık geliriniz

<table>
<thead>
<tr>
<th>14- Okuduğunuz bölüm kaçını tercihinizdi?</th>
<th>Kararlı mı?</th>
<th>Anadolu lisesi</th>
<th>Düz lise</th>
<th>Süper lise</th>
<th>Meslek lisesi</th>
<th>Özel lise</th>
<th>Fen lisesi</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kararlımı</td>
<td>İkinci il</td>
<td>İkinci okul</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

15- Neden Ege Üniversitesi’ni tercih ettiniz?

<table>
<thead>
<tr>
<th>16- Üniversite, fakülte ve bölümünden ne ölçüde memnununuz?</th>
<th>Çok memnunum</th>
<th>Memnunum</th>
<th>Memnun değilim</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Üniversitemden</td>
<td>Fakültedenden</td>
<td>Bölümünden</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

17- Aşağıdaki ifadelerle ne ölçüde katıldığınızı uygun şıkları işaretleyerek belirir misiniz?

<table>
<thead>
<tr>
<th>17- Aşağıdaki ifadelerle ne ölçüde katıldığınızı uygun şıkları işaretleyerek belirir misiniz?</th>
<th>Kesinlikle Katıyorum</th>
<th>Katıyorum Kararsızım</th>
<th>Katılmıyorum</th>
<th>Hiç Katılmıyorum</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ege Üniversitesi’nde verilen eğitimi kaliteli buluyorum.</td>
<td>□</td>
<td>□</td>
<td>□</td>
<td>□</td>
</tr>
<tr>
<td>Sosyal, kültürel ve sportif etkinlikleri yeterli buluyorum.</td>
<td>□</td>
<td>□</td>
<td>□</td>
<td>□</td>
</tr>
<tr>
<td>Öğrencilere sağlanan olanakları yeterli buluyorum.</td>
<td>□</td>
<td>□</td>
<td>□</td>
<td>□</td>
</tr>
</tbody>
</table>
- Üniversitenin akademik kadrosunu kaliteli buluyorum.

18-Ege Üniversitesine girmeden önce üniversitemiz hakkında aşağıdakilerden hangilerini biliyordunuz?
Hakkında bilgi sahibi olduklarınızı (X) koyarak işaretleyiniz.

- Adi-logosu
- Üniversite Hastanesi
- Kütüphanesi kampüsü
- Bahar şenliği
- Akademik birimleri (fakülteler, Spor alanları (kapalı spor salonu, yüzme havuzu, kortlar vb.)

19-Ege Üniversitesi öğrencilere sağlanan aşağıdakilerden hangilerinden haberdarsınız?

<table>
<thead>
<tr>
<th>Haberdarım</th>
<th>Haberdar değilim</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Sağlık Hizmetleri</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Spor Hizmetleri</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Beslenme Hizmetleri</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Dil Eğitimi</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Bilgisayar Eğitimi ve Hizmetleri</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Öğrenci Toplulukları</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

20-Bu olanaklardan ne ölçüde yararlanırsınız?

<table>
<thead>
<tr>
<th>Yararlanıyorum</th>
<th>Yararlanmyorum</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Çok</td>
<td>Orta</td>
</tr>
<tr>
<td>Sağlık Hizmetleri</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Spor Hizmetleri</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Kütüphane Hizmetleri</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Beslenme Hizmetleri</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Dil Eğitimi</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Bilgisayar Eğitimi ve Hizmetleri</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Öğrenci Toplulukları</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

21-Ege Üniversitesi halka ilişkiler faaliyetleri hakkında ne ölçüde bilginiz var?

<table>
<thead>
<tr>
<th>Oldukaça Fazla</th>
<th>Fazla</th>
<th>Kısmen</th>
<th>Yetersiz</th>
<th>Hiç</th>
</tr>
</thead>
</table>
Festival ve etkinlikler
Seminer, sempozyum ve kongrelerle katılım
Kurum yayınları
Medya haberleri
Sportif ve kültürel faaliyetler

22-Ege Üniversitesi üst yönetim elemanlarını (rektör ve yardımcıları, genel sekreter vb.) tanııyor musunuz?
☐ Evet, hemen hepsini
☐ Evet, çoğunları
☐ Evet, birazını
☐ Hayır, hiçbirini

23-Okulunuzun yöneticilerini ve öğretim elemanlarını tanııyor musunuz?
☐ Evet, hemen hepsini
☐ Evet, çoğunları
☐ Evet, birazını
☐ Hayır, hiçbirini

24-Ege Üniversitesi’nde verilen yabancı dil eğitiminin yeterli buluyor musunuz?
☐ Evet, tamamen yeterli
☐ Evet, oldukça yetersiz
☐ Hayır, tamamen yetersiz

Bu formu doldurarak yönetime sağladığınız yardımdan dolayı size teşekkür ederiz.

4.7. Rapor Yazma


Anket sonuçlarının yazılı olduğu kadar sözlü sunulması da önemlidir. Her bir format farklı bir kitleye hitap ettiği ve farklı seviyelerde ayrıntılı içerik olduğundan birbirlerinin eksiklerini kapatmaktadır.

Yazılı raporlarda genellikle tüm hikâye anlatılır. Bu hikâyeye anket tasarımının özellikleri, anket çalışmasının geçmişsi, varsayımları, kapsamlı (fakat açık) sonuç tabloları ve bulguların ne anlama geldiğini ayrıntılı olarak açıklanması dâhil edilebilir. Okuyucular kendilerini ilgilendiren bölümleri okumaktadır, ilgilendirmeyen bölümleri ise atlamaktadır.

Tercih edilen uygulama yazılı raporun önce, sözlü raporun ise ihtiyaç duyulduktan sonra hazırlanmasıdır. Genelde bütün hikayenin kağıt üzerine dökülmesi, düşünmelerin organize edilmesi ve çalışma amaçlarının, hata yapısının, bulguların ve uygulamanın ortaya koyulmasına yardımcı olur.

Rapor yazılduktan sonra sözlü sunum için gerekli anahtar noktaların belirlenmesi genellikle daha kolay olacaktır. Hata yapısının rapor edilmesi sonuçların elde edilmesi ile birlikte, yapılan tahminlerdeki hata payını görmek oldukça caziptir. Fakat en iyi durumda dahi örneklem üzerinde uygulanan anketler, insanların ne yaptıkları ve ne yaptıklarıyla da ne düşündüklerinin yakın tahmini niteliğindedir. Bu durum daha baştan açıklanarak araştırmanın inandırlıçığını yükseltilabileceğini gibi sonuçların yanlış yorumlanması da önlenecektir.

Yazılı raporlarda asıl metin, grafik destekleyici bir rol vedir. Raporu okuyan kişilerin incelemeye ayıracak zamanları olduğundan grafikler daha ayrıntılı olabilir.

Sözlü sunumlarda ise slayt ve yansılar odak noktadır fakat yazılı raporlakiler göre daha basittir ve daha az bilgi içerir. Yoğun grafiklerin anlaşılmasi güç olmaktadır. İzleyicilerin büyük çoğunluğu grafiklerin ayrıntlarını göremeyecekleri gibi, grafikleri anlamak için de zamanları yoktur.
Eğitim aldığınız kurumun toplam kalite yönetimi ile ilgili çalışmalarının çalışanlar tarafından değerlendirilmesini içeren bir anket çalışması yapmaya çalışınız. Arkadaşlarınızla gruplar oluşturarak farklı nitelikte ve türlerde sorular hazırlayınız Daha sonra uygun şartlarda oluşturduğunuz anketi uygulayınız.

Öğrendiklerinizin ışığında yaptığı zın anketi değerlendiriniz. Değerlendirme sonucunda eksik ya da hatalı gördüğünüz konularla ilgili öğrenme faaliyetine döner ve konuyu tekrar ediniz.

<table>
<thead>
<tr>
<th>İşlem Basamakları</th>
<th>Öneriler</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>➢ Anket konusunu seçiniz.</td>
<td>➢ Anket konusu ile ilgili ayrıntılı araştırma yapınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Anket sorularını hazırlayınız.</td>
<td>➢ Anlaşılır ve düzenli sorular hazırlayınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Anketi uygulayınız.</td>
<td>➢ Arama motorlarını kullanarak çeşitli konularda yapılmış anket örneklerini inceleyiniz.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Sonuçları saptayınız.</td>
<td>➢ Planlı olunuz ve zamanı iyi kullanınız.</td>
</tr>
<tr>
<td>➢ Sonuçlar için rapor yazınız.</td>
<td>➢ İyi bir analizden sonra rapor yazınız.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>➢ Dil bilgisi kurallarına uygun yazılar yazmaya özen göstererek dili etkili kullanınız.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>➢ Çeşitli anket örneklerinin yer aldığı bir arşiv oluşturunuz.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
KONTROL LİSTESİ

Çevrenizdeki arkadaşlarınızla birlikte grubunuzu değerlendirek eksik veya hatalı gördüğünüz konularda öğrenme faaliyetine dönerek konuyu tekrar ediniz.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Değerlendirme Ölçütleri</th>
<th>Evet</th>
<th>Hayır</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1. Anket konusu ile ilgili ayrıntılı araştırma yaptınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2. Anlaşılır ve düzenli sorular hazırladınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3. Arama motorlarını kullanarak çeşitli konulara ait anket örneklerini incelediniz mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>4. Planlı olup zamanı iyi kullanınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>5. Sonuçlar için rapor yazınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>6. Çeşitli anket örneklerinin yer aldığı bir arşiv oluşturduğunuz mu?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>7. Dil bilgisi kurallarına uygun yazılar yazmaya özen göstererek dili etkili kullandınız mı?</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

OBJEKTİF TESTLER (ÖLÇME SORULARI)

Aşağıdaki soruları cevaplayarak faaliyette kazandığınız bilgi ve becerileri ölçünüz. Aşağıdaki cümlelerin başındaki boşluklara doğru cümlelere (D) , yanlış cümlelere (Y) ibaresi koyunuz.

1. ( ) Anket, bilgi alınacak kişilerin doğruyu doğruya okuyup cevaplandıracakları bir soru listesinin hazırlanması şeklinde yapılan gözlemdir.

2. ( ) Anketçiler tarafından sözlü ve yazılı olarak deneklere sorulan sorulara hızlı cevap almanın yanında gözlem yoluya da bilgi sağlayan anket türüne posta yoluyla anket diyoruz.


4. ( ) Açık uçlu soruların en belirgin özelliği insanlardan çok fazla bilgi istemesidir. Bu soru tipi cevaplayıcının çok şey anlatabilmesine izin verir.

5. ( ) Doğum yeri, yaş, öğrenim durumu gibi gözlenebilen ve kolaylıkla kontrol edilebilen kişisel özellikleri belirleyen sorulara olgusal sorular denir.


7. ( ) Hangi anket türü seçilirse seçilsin mutlaka bir giriş metni hazırlanmalı ve ilk sorular mümkün olduğunca bir giriş bölümüne açıklanan konularla doğrudan ilgili olmalıdır.

DEĞERLENDİRME

Modülü bitirdiniz.

Modül sonunda kazanmanız gereken yeterliliği kazanıp kazanmadığınızı ölçen bir ölçme aracını öğretmeniniz tarafından hazırlanan size uygunlanacaktır.

Bu uygulama sonunda bir üst modüle geçip geçemeyeceğiniz öğretmeniniz tarafından size bildirilecektir.
ÖĞRENME FAALİYETİ-1 CEVAP ANAHTARI

<p>| | |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>D</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Y</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>D</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Y</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>D</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>D</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Y</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ÖĞRENME FAALİYETİ-2 CEVAP ANAHTARI

<p>| | |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>D</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Y</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>D</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Y</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>D</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ÖĞRENME FAALİYETİ-3 CEVAP ANAHTARI

<p>| | |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>D</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>A</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>A</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>D</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ÖĞRENME FAALİYETİ-4 CEVAP ANAHTARI

<p>| | |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>D</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Y</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Y</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>D</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>D</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Y</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>D</td>
</tr>
</tbody>
</table>
KAYNAKÇA

- OKAY Ayla, Okay AYDEMİR, Halkla İlişkiler (Kavram Strateji ve Uygulamaları), Der Yayınları, İstanbul, 2005.
- SEYİDOĞLU, Prof. Dr. Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı, İstanbul, 1995.
FOTOĞRAFLAR

- www.syk.com.tr/bulten/bulten.asp resim-1
- www.magnifique.at/.../index.html resim-3
- www.fotomagix.com/tasarim/brosur.asp resim-4
- www.unicef.org/turkey/sy15/_ec23.html resim-5
- www.aku.edu.tr/senlik/afis.htm resim-6
- cgsempoz.education.ankara.edu.tr/yck.html resim-7
- cumed.cu.edu.tr/cumed_faaliyet_raporu2.php resim-8
- www.bilkent.edu.tr/~serpilt/ resim-9
- www.bilirmatbaa.com.tr/ Çay resmi -10
- www.derinsular.com/index.xml resim-11
- www.medyaline.com/.../haber_detay.asp?id=14251 resim -12
- www.yem.net/.../dergiler/dergiler.asp?b=30&a=3 resim-13
- www.datasoft.com.tr/dataline/sayfa04.htm resim-14
- www.tatarandco.com/tco/service_id.aspx resim-17
- www.showtvnet.com/universite/ resim-18
- www.knauf.com.tr/5_5.asp resim-19
- www.italyan.com/aresimliitalyanca/zmeslek.htm resim-20
- www.sulinet.hu/.../Kiba/0/2876/kvantum.htm resim-21
- www.mvet.org/haber/haber.html resim-22

İNTERNET ADRESLERİ

Rehber Ansiklopedisi

"http://tr.wikipedia.org/wiki/Anket"

"http://www.kaliteofisi.com/makaleler"