

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 12.04.2020
Ders Kodu HİT218	Ders Adı Medya ve Kültür	Dönem/Yıl Bahar / 2. Sınıf
Ders Dili	Türkçe	AKTS Kredisi 4
Durumu	Seçmeli	
Ön şartlar	Yok	
Dersin Adresi		
Kredi	Teori	Uygulama
2	2	-
Öğretim Üyesi	Laboratuvar	Sunum
	-	-
Ders Yardımcısı	Proje/Alan Çalışması	

Ders İçeriği	İletişim Kavramı, Süreci ve Öğeleri, Medya ve Medya ile İlgili Kavramlar, Toplum, Toplumbilim ve Kültür, Yeni Dünya Düzeninde Medya ve Kültür
---------------------	---

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	İletişimle İlgili Temel Kavramlar İletişim Kavramı, İletişim Süreci, İletişim Sürecinin Öğeleri, İletişim Türleri
2	Kitle İletişim Araçları ve Kitle İletişim Teknikleri Kitle İletişim Araçları, Kitle İletişim Araçları ile Bağlantılı Temel Kavramlar ve Kitle İletişim Teknikleri
3	Röntgenci Haz ve Gösteri Toplumu Skopik Güdü, Kitle İletişim Araçları ve Röntgenci Haz; Yeni İletişim Teknolojileri, Röntgencilik ve Topluma Yansımaları, Guy Debord, Gösteri Toplumu ve Kitle İletişim Araçları
4	Simülasyon Kuramı ve Kitle İletişim Araçları İle Yansıtılan Gerçekler Jean Baudrillard, Simülasyon Kuramı, Kitle İletişim Araçları ve Gerçek
5	Toplumbilimle İlgili Temel Kavramlar Toplum, Toplumsal Yapı, Toplumsal Tabakalaşma, Toplumsal Kontrol ve Sosyalizasyon, Kültür
6	Toplumsal Değişim Değişim, Değişimin Boyutları, Değişim – İletişim İlişkisi, Toplumsal Değişim, Toplumsal Değişim Dinamikleri
7	Kültürle İlgili Temel Kavramlar Kültür, Kültür Analizi ve Sosyolojisi, Kültür-İdeoloji İlişkisi
8	ARASINAV
9	Yeni Dünya Düzeni ve İletişim Bilginin Güç Haline Gelmesi (Getirilmesi), İletişimin Tek Yönlü Hale Gelmesi, Kültürel Emperyalizm
10	Yeni İletişim Teknolojileri ve İnternet Information Technology (IT), İnternet, İnternet'in Tarihsel Gelişimi, İnternet İle İlgili Temel Kavramlar, İnternet Kültürü ve İnternet Bağımlılığı
11	Yeni Dünya Düzeninde Birey Yabancılaşma, Aşırı Atomizasyon ve Yalnızlık, X Kuşağı ve Y Kuşağı, Bir Davranış Kodu Olarak Yuppie ve Cool
12	Yeni Dünya Düzeninde Toplum: Tüketim Toplumu ve İletişim Tüketim Kavramı, Tüketim Kültürü, Tüketim Toplumu, Tüketim Katedralleri
13	Öteki İmgisi ve Oryantalizm Öteki Sendromu, Ötekileştirme Süreci, Oryantalizm, Kitle İletişim Araçları ve Söylem
14	Yeni Dünya Düzeninde İletişim, Toplum ve Kültür Kavramlarına İlişkin Çözümlemeler
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Gürel, Emet (2003). İletişim ve Toplum Ders Notları. İzmir: Üniversiteler Ofset.
Yardımcı Kitaplar	1. Güneş, Sadık (1995). Medya ve Kültür. Ankara: Vadi Yayınları.

Değerlendirme	Adet	Adet	Yüzde (%)
----------------------	-------------	-------------	------------------

Ölçütleri	Ara Sınavlar	1	40
	Kısa Sınavlar	-	-
	Ödevler	-	-
	Projeler	-	-
	Dönem Ödevi	-	-
	Laboratuvar	-	-
	Diğer	-	-
	Dönem Sonu Sınavı	1	60
Değerlendirme Ölçütleri Hakkında			

İçerik Ağırlıkları Yüzdesi (%)	Matematik ve Temel Bilimler	-
	Mühendislik Bilimleri	-
	Mühendislik Tasarımı	-
	Sosyal Bilimler	100

Ders Çıktıları (Kazanımlar)	1. İletişim kavramına ve iletişim araçlarına ilişkin bilgi sahibi olma ve sorgulayıcı bakış açısı geliştirme 2. Toplum ve toplumbilimle ilgili temel kavramlarla ilgili bilgi sahibi olma 3. Kültür, kültür analizi ve sosyolojik bakış açısı ile ilgili farkındalık geliştirme ve bilgi sahibi olma 4. Çağcıl kültüre ilişkin eleştirel bakış ve düşünce pratiği geliştirme
Dersin Hedefleri	
Dersin İşleniş Biçimi	

Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi				
Program çıktıları		0	1	2
1	Sosyal bilimler alanında ortaöğretimde kazanılan bilgi, beceri ve yetkinlikler üzerine inşa edilmiş, halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili kavramları ve kavramlar arası ilişkileri açıklar. Daha sonra, bu alanlarda edindiği ileri düzeydeki kavramsal ve uygulamalı bilgileri kullanır			
2	Bilimsel bilginin üretimi ile ilgili süreçleri yöntem ve teknikleri teşhis eder.			
3	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili tüm paydaşların iletişim özellikleri ve yaşadığı iletişim sorunları konularında bilgi sahibidir.			
4	İletişim ortam ve araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilme bilgisine sahiptir.			
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında faaliyet gösteren kurumların yapısal ve yönetsel özelliklerini tanıır.			
6	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili özgün fikirleri yaratıcı bir şekilde açıklar. Daha sonra, bu alanlardaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını ya da farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve teknikleri geliştirir ve uygular.			
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında bireysel ya da grup çalışmalarında sorumluluk alır ve alınan görevleri yerine getirir ya da bağımsız olarak yürütür.			
8	Bireysel ve ekip üyesi olarak mesleki gelişimine yönelik Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında etkinlikleri planlar ve yönetir.			
9	Bilgiye ulaşma yollarını bilir, Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve			

	teknolojileri takip eder ve kullanır.			
10	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.			
11	Ulusal ve uluslararası gündemde yer alan olay ve gelişmeleri izler ve yorumlar.			
12	Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranır			
13	Toplumsal Sorumluluk bilinciyle yaşadığı sosyal çevre için mesleki proje ve etkinlikler planlar ve gerçekleştirir.			
14	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarına ilişkin yasa ve mevzuatın bilincinde olur ve bunlara uygun davranır.			
15	Alanın dinamiklerine bütünsel bir bakış açısı ile yaklaşabilir; yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirir.			
Dersin Katkısı: 0:Hiç 1:Kısmi 2:Tümüyle				

Düzenleyen Kişi(ler):

Hazırlanma Tarihi: