

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 16.04.2020
Ders Kodu HİT324	Ders Adı Kültürlerarası İletişim	Dönem/Yıl Bahar / 3. Sınıf
Ders Dili	Türkçe	AKTS Kredisi 5
Durumu	Zorunlu	
Ön şartlar	Yok	
Dersin Adresi		
Kredi	Teori	Uygulama
3	3	-
Öğretim Üyesi	Laboratuvar	Sunum
Ders Yardımcısı	-	-
		Proje/Alan Çalışması
		-

Ders İçeriği	Kültürlerarası İletişim, farklı kültürlerde çeşitli iletişim süreç ve anlayışlarını incelemektedir. Her kültürün etkileşim kalıplarından biri de iletişimdir. Kültürler kendi farklılıklarını değişik iletişim süreç ve kanallarıyla ortaya koyarlar. Bu sürecin nasıl, neden ve hangi bağlamlarda gerçekleştiği, bu dersin temel meselesidir. Derste kültürlerarası iletişim alanındaki çeşitli kuramlar tanıtılmakta ve ardından kültürel açıdan çeşitli etkileşim kalıpları iletişim bağlamında ele alınmaktadır.
---------------------	--

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Ders hakkında bilgilendirme
2	Kültür ve iletişim
3	Kültürel kimlik
4	Kültürlerarası iletişim ve önemi
5	Kültürlerarası etkileşimi etkileyen unsurlar
6	Medya ve kültürlerarası iletişim
7	Kitle iletişimi
8	Kitle iletişim kuramları
9	Kültürlerarası iletişim araştırmaları
10	ARASINAV
11	Kültürlerarası iletişim ve popüler kültür.
12	Kültürlerarası iletişimde sorunlar
13	Çokkültürlülük
14	İletişimde kültürel farklılıklar ve küreselleşme
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Bozkurt Güvenç, Kültürün Abc'si, Yapı Kredi Yayınları
Yardımcı Kitaplar	1. Gary Weaver, Culture, Communication and Conflict.

Değerlendirme Ölçütleri	Adet	Adet	Yüzde (%)
	Ara Sınavlar	1	40
	Kısa Sınavlar	-	-
	Ödevler	-	-
	Projeler	-	-
	Dönem Ödevi	-	-
	Laboratuvar	-	-
	Diğer	-	-

	Dönem Sonu Sınavı	1	60
Değerlendirme Ölçütleri Hakkında	Vize, final sınavı.		

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

Ders Çıktıları (Kazanımlar)	Kültür ve kültürel farklılıkların bilincinde olmak, kültürlerarası iletişimin bilincinde olmak.
Dersin Hedefleri	Kültürlerarası iletişim durumları hakkında bilgi sahibi olunur.
Dersin İşleniş Biçimi	Ders kapsamında okumalara yer verilir ve okunan kitaplar tartışılır.

Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi				
Program çıktıları		0	1	2
1	Sosyal bilimler alanında ortaöğrenimde 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			X
2	Bilimsel bilginin üretimi ile ilgili süreçleri yöntem ve teknikleri teşhis eder.		X	
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.			X
4	İletişim ortam ve araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilme bilgisine sahiptir.			X
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında faaliyet gösteren kurumların yapısal ve yönetsel özelliklerini tanıır.			X
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.			X
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.	X		
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.	X		
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.			X
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.			X
11	Ulusal ve uluslararası gündemde yer alan olay ve gelişmeleri izler ve yorumlar.			X
12	Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranır			X
13	Toplumsal Sorumluluk bilinciyle yaşadığı sosyal çevre için mesleki proje ve etkinlikler planlar ve gerçekleştirir.	X		
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		X	

	davranır.			
15	Alanın dinamiklerine bütünleşik bir bakış açısı ile yaklaşabilir; yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirir.			X
Dersin Katkısı: 0:Hiç 1:Kısmi 2:Tümüyle				

Düzenleyen Kişi(ler):

Hazırlanma Tarihi: