

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım			Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 17.04.2020	
Ders Kodu HİT419	Ders Adı Dijital Kültür, Toplum ve İletişim		Dönem/Yıl Güz / 4. Sınıf	AKTS Kredisi 5	
Ders Dili	Türkçe				
Durumu	Seçmeli				
Ön şartlar	Yok				
Dersin Adresi					
Kredi	Teori	Uygulama	Laboratuvar	Sunum	Proje/Alan Çalışması
2	2	-	-	-	-
Öğretim Üyesi					
Ders Yardımcısı	-----				

Ders İçeriği	Bu ders, geçtiğimiz birkaç on yıllık süre içinde Internet ve dijital iletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi ve yaygın kullanımına bağlı olarak, kültürel ve toplumsal olanın nasıl dönüştüğünü anlamaya odaklanır. Söz konusu dönüşüm, bireysel, kurumsal ve toplumsal düzeydeki iletişim pratiklerinin yanı sıra, diploma programının doğrudan ilişkili olduğu gazetecilik sektörünü ve geleneksel gazetecilik pratiklerini de kapsar. Dijital kültür, gazetecilik pratiklerinin gerçekleştirildiği aracı, sahiplik yapısını, içeriği ve izleyici ile ilişkiyi radikal olarak dönüştürmüştür. Bu ders kapsamında, dijital kültür toplumsal ve iletişimsel pratiklerde neden olduğu dönüşüm üzerinden ele alınarak detaylandırılacaktır.
---------------------	--

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Dersin Tanıtımı ve Konuya Giriş : Dijital Kültür Kavramı ve Dijital Kültürün Sosyolojisi
2	Geleneksel Medya vs. Yeni Medya
3	Çevrimiçi Topluluklar, Dijital Gündelik Hayat ve Dijital Etkileşim
4	Çevrimiçi Benlik İnşası ve Benlik Performansları
5	Dijital Olarak Aracılanmış İlişkiler: Çevrimiçi Bağlanma ve Çevrimdışı Olma
6	Kamusal Hayatın Yeni Formları: Dijital Vatandaşlık ve Müzakere
7	Çevrimiçi Demokrasi Uygulamaları, Kolektif Zeka
8	ARASINAV
9	Dijital Kültürde Fikri Haklar ve Sahiplik
10	Çevrimiçi ve Katılımcı Kültürün Ekonomi Politikası
11	Dijital Kültürün Tüketimi: Üre (tüke)tim ve Yeni Medya Formları
12	Gözetim, Kırıcılık Kültürü (Hacking), Kişisel Gizlilik ve Veri
13	Dijital Aktivizm, ve Dijital Medya
14	Küreselleşme ve Dijital Bölünme
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Castells, M. (2006) Ağ Toplumunun Yükselişi. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları 1
Yardımcı Kitaplar	

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			

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

Ders Çıktıları (Kazanımlar)	1) Dijital kültür ve teknolojiyi daha geniş bir tarihsel perspektifle ilişkilendirebilir; 2) Güncel dijital kültürü, dijital iletişim teknolojileri ile ilişkili olarak ele alıp yorumlayabilir; 3) Gazetecilik pratikleri açısından dijital kültürün ne anlam geldiğini bilir.
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 deęerlere uygun davranır			
13	Toplumsal Sorumluluk bilinciyle yaşıadığı 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 bütünleşik bir bakış açısı ile yaklaşabilir; yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirir.			
ersin Katkısı: 0:Hiç 1:Kısmi 2:Tümüyle				

Düzenleyen Kişi(ler):

Hazırlanma Tarihi: