

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
İletişimi Anlamak	ADV 212	Bahar	02+02+00	Seçmeli	3	6
Akademik Birim:	Reklamcılık					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	-					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Ayşe BİNAY KURULTAY					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none">• İletişimin temel kavramlarını anlamaları• Temel iletişim yaklaşımları ve güncel medya fenomenleri arasında köprü kurmaları• Sosyal medyadaki popüler olguları analiz edebilmeleri beklenmektedir.					
Dersin İçeriği:	Bu ders, iletişim ve medya alanlarına genel bir giriş niteliğindedir. Ders, temel iletişim ve medya yaklaşımlarını güncel ve popüler medya olguları ile örnekleyerek açıklar.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none">• 1- Temel iletişim ve medya bilgisi edinmek• 2- Güncel medya olgularını kavramak ve analiz etmek• 3- Stratejik ve yaratıcı bir iletişim okuryazarlığı geliştirmek					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Güçlü Medya Yaklaşımları 2. Aktif İzler-kitle Yaklaşımları 3. Post-yapısalcı Yaklaşımlar Modüller modül içinde analiz edilecek yaklaşımların güncelliğini açıklayan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden bilgiyi içselleştirmek için alakalı yaklaşım ile ilgili küçük projeler yapmaları istenir. Projelerin yazılı raporları % 80 olarak değerlendirilirken, sunum % 10 olarak tanımlanmıştır. Genel notun geri kalanı, derse devam oranı olarak değerlendirilir.					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Derse Giriş : Teori nedir? Teoriler nereden gelir?	
2	Modül (I): Güçlü Medya Yaklaşımları: İletişim nedir? Temel iletişim modelleri	
3	Modül (I): Güçlü Medya Yaklaşımları: Sihirli mermi ve iki adımlı akış yaklaşımı	Okuma ödevi
4	Modül (I): Güçlü Medya Yaklaşımları: Eşik bekliliği ve gündem belirleme yaklaşımı	Okuma ödevi
5	Modül (I): Güçlü Medya Yaklaşımları: Frankfurt Okulu ve kültür endüstrisi	Okuma ödevi
6	Modül (I): Güçlü Medya Yaklaşımları: Toronto Okulu ve "Araç Mesajdır"	Okuma ödevi
7	Modül (I): Güçlü Medya Yaklaşımları: Rıza ve Propaganda	Okuma ödevi
8	Modül (II): Aktif İzler-kitle yaklaşımlar: Birmingham Okulu ve aktif izler-kitle yaklaşımı	Okuma ödevi
9	Modül (II): Aktif İzler-kitle yaklaşımlar: Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı	Okuma ödevi
10	Modül (II): Aktif İzler-kitle yaklaşımlar: Seçici ve sınırlı etkiler yaklaşımı	Okuma ödevi
11	Modül (III): Post-yapısalcı Yaklaşımlar: Tüketicilik ve medya	Okuma ödevi

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12
OC1												
OC2												
OC3												

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek