

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|--|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| İletişim İlkeleri ve Kuramları | ADV 114 | Bahar | 03+00+00 | Seçmeli | 3 | 7 |
| Akademik Birim: | Reklamcılık | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | - - | | | | | |
| 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: | İletişim İlkeleri ve Kuramları dersi, siyasal iletişim de dahil olmak üzere iletişim alanının temelini oluşturan temel kavramlar ve kuramsal çerçeveler hakkında kapsamlı bir genel bakış sunmaktadır. Öğrenciler, kişilerarası, örgütsel, kitle iletişimi ve siyasal iletişimle ilgili çeşitli ilkeleri keşfedecek ve bu ilkelerin bireylerin ve grupların etkileşim ve bilgi yayma biçimlerini nasıl şekillendirdiğini anlayacaklardır. Buna ek olarak, ders, disiplinin gelişimine katkıda bulunan önde gelen iletişim teorilerini inceleyecek ve öğrencilerin farklı bağlamlardaki etkinliklerini eleştirel bir şekilde analiz etmelerine ve değerlendirmelerine olanak sağlayacaktır. Teorik tartışmalar, vaka çalışmaları ve pratik uygulamaların bir kombinasyonu yoluyla, öğrenciler temel ilkeler ve teoriler hakkında derin bir anlayış geliştireceklerdir. Bu amaçla, ders sırasıyla üç modüle ayrılmıştır: güçlü medya yaklaşımları, aktif-izleyici yaklaşımları ve post-yapısalcı medya yaklaşımları. Her modülden sonra, öğrencilerin ilgili bir medya ve/veya iletişim olgusu üzerine ampirik bir proje geliştirmeleri beklenmektedir. Tekrar etkinlikleri, derslerde sunulan teorilerin gözden geçirilmesi, daha fazla araştırılması ve pratik uygulamalarına odaklanmaktadır. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">• 1- Önemli iletişim ve medya yaklaşımları hakkında ileri düzeyde bir anlayış geliştirmek• 2- Bazı popüler medya ve iletişim fenomenlerini ilgili yaklaşımlar açısından analiz edebilmek• 3- Yazma, sözlü sunum, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünme gibi becerilerle stratejik ve yaratıcı iletişim geliştirebilmek.• 4- Akademik araştırma yöntemleriyle zenginleştirilmiş eleştirel, analitik ve yaratıcı düşünme becerileri ve özyönetim süreçleri için gerekli araçları kullanabilmek. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Proje-I: | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|---|--------------------------|
| 1 | Kuram Nedir? | |
| 2 | İletişimin Temel İlkeleri- Temel İletişim Modülleri | Ders Okumaları |
| 3 | Sihirli Mermi Kuramı | Ders Okumaları |
| 4 | Ajanda Oluşturma | Ders Okumaları |
| 5 | Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi | Ders Okumaları, ve sunuş |
| 6 | "Medium is the massage" | Ders Okumaları |
| 7 | Popüler Kültür | Ders Okumaları |
| 8 | Siyasal İletişim | Ders Okumaları |
| 9 | Suskunluk Sarmalı | Ders Okumaları |

| | | |
|----|----------------------------|-------------------------|
| 10 | Aktif izleyici | Ders Okumaları ve sunuş |
| 11 | Kullanımlar ve Doyumlar | Ders Okumaları |
| 12 | Tüketim ve Medya | Ders Okumaları |
| 13 | Kontrol Toplumunda Medya | Ders Okumaları ve sunuş |
| 14 | Ders Değerlendirme Haftası | |

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Mass communication theories: explaining origins, processes and effects. Margaret DeFleur & Melvin DeFleur

Dialectic of Enlightenment. Max Horkheimer & Theodor Adorno.

Understanding Media: Extensions of Man. Marshall McLuhan.

Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Edward Herman & Noam Chomsky.

Encoding and Decoding in the Television Discourse. Stuart Hall.

The Consumer Society: Myths and Structures. Jean Baudrillard.

The Second Media Age. Mark Poster.

What is the creative act?. Gilles Deleuze.

Griffin, E. (2012). A First Look at Communication Theory. McGraw-Hill

DİĞER KAYNAKLAR

| |
|--|
| |
|--|

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı | Katkı Payı (%) |
|-------------------------|-----------|----------------|
| Katılım | 14 | 10 |
| Proje | 3 | 45 |
| Derse Özgü Staj | 3 | 45 |
| Total: | 20 | 100 |

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|-----------------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |
| Proje | 3 | 25 | 75 |
| Sunum/Jüriye Hazırlık | 3 | 20 | 60 |

Toplam İş Yüğü (saat):

177

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

| # | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 | PY9 | PY10 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| OC1 | | | | | | | | | | |
| OC2 | | | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | | | |
| OC4 | | | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek