DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Tüketim Kültürü	ADV 210	Bahar	03+00+00	Seçmeli	3	5

Akademik Birim:	İletişim Fakültesi
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Lisans
Dersin Koordinatörü:	- -
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: • Tüketici/tüketim kültürü ve tüketici araştırmalarının temel kavramlarını anlaması • Tüketim kültürü teorisi çerçevesinde tüketici, pazar sistemi, bireysel ve kitlesel tüketim ve sonuçları konusunda bilgi sahibi olması • Tüketim kültürünün reklamcılık teorisi ve pratiğindeki yansımalarını görmesi ve bu yansımaların toplum üzerindeki etkisini anlaması beklenmektedir.
Dersin İçeriği:	Bu ders, pazara yönelik çeşitli eleştiriler, kapitalist düzendeki tüketim pratikleri, gündelik yaşamda kapitalist düzen ve kimlik karşılaşması, altkültür grupları ve sistemle ilişkileri ve Pazar-tüketici politikalarına yönelik içerikleri kapsamaktadır. Dersi tamamlayan öğrenci, reklam ve pazarlama literatüründe yer alan ilgili kavramsal referanslarla tüketim ve reklamcılık kavramlarının nasıl ele alındığına dair bir bakış geliştirmiş olur.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** Tüketim kavramını ve tüketim kültürü kavramlarını değişik yönlerden anlamak ve bu kavramlara eleştirel bakış açıları getirebilmek. • **2-** Tüketim kavramının değişik disiplinlerde nasıl ele alındığı ve eleştirilerin ne olduğu hakkında bilgi sahibi olmak. • **3-** Pazar sistemi ve tüketim kültürü ile ilgili bilgileri kullanarak hem bu ilişkinin eleştirisini yapabilmek hem de reklamcılık ve pazarlamadaki uygulama alanlarını anlamak. • **4-** Tüketim kültürüyle ilgili akademik çıktıları okuyup anlayabilmek ve çıktıları sentezleyerek dönem projesini cevaplayacak şekilde sunum yapabilmek
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Tüketim Kültürü 2. Kimlik ve Tüketim 3. Tüketim Direnişi Dersler kavramsal ve kuramsal bir girişle başlayıp, grup tartışmaları ve sunumlarla devam edecektir. Öğrenci ders öncesi okuması gereken makaleleri okuyarak veya sunuşunu hazırlayarak katılım sağlamalıdır.Ders içi uygulamalar olarak değerlendirilir. Öğrencilerin rapor ve sunuşları toplamda @ üzerinden hesaplanır. ve final projesi raporu (@) üzerinden değerlendirilir

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)	
2	Kapitalizm ve Tüketim Kültürü	Ders Okumaları
3	İstekler ve İhtiyaçlar	Ders Okumaları
4	Metalar, Markalar	Ders Okumaları
5	Kültür ve Tüketim	Ders Okumaları, raporlama ve sunuş
6	Sosyal Değişimler	Ders Okumaları, quiz
7	Moda Söylemi	Ders Okumaları, Vaka Analizleri
8	Alt Kültür Tüketimi	Ders Okumaları, Vaka Analizleri
9	Marka Toplulukları	Ders Okumaları rapor ve sunuş
10	Küreselleşme ve Tüketim	Ders Okumaları

11	Ders Okumaları	Ders Okumaları
12	Alternatif Tüketim Yolları	Ders Okumaları
13	Reklam ve Pazarlama Etik	Ders Okumaları, raporlama ve sunuş
14	Tekrar	Ders okumaları

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Lury, Celia (2011) Introduction: What is consumer culture?
Taylor & Tilford ‘’Why Consumption Matters’’ (Ch27 from Schor and Holt)
Thomas “Advertising as Cultural Criticism: Bill Bernbach versus the Mass Society” (Ch22 from Schor and Holt)
Culture and Consumer Behavior (Ch4 from Solomon et al.)
Ewen, Stuart (1976) Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture
Hebdige, Dick (1979) Subculture: The Meaning of Style, in The Subcultures Reader (1997), Routledge: London, pp.130-142.
Schouten, John W. and James H. McAlexander (1995), “Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers,” Journal of Consumer Research, Vol. 22 (June), 43-61.
Muñiz, Albert and Thomas C. O’Guinn (2000), “Brand Communities,” Journal of Consumer Research, 2o7 (March), 412-432.

DİĞER KAYNAKLAR

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	**Sayı**	**Katkı Payı (%)**
Katılım	12	-
Laboratuvar	2	20
Proje	1	20
Final Sınavı	1	40
Ara Sınavlar	1	10
Proje Sunumları (Öğretim Elemanı tarafından değerlendirilme)	1	5
Proje Sunumları (Akranlar tarafından değerlendirilme)	1	5
Total:	**19**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	**Sayısı**	**Süresi (saat)**	**Toplam İş Yükü (saat)**
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	28	28
Final Sınavı	1	20	20

Öğretim Elemanlarının Etkin Olduğu Sınıf İçi Çalışmalar	12	1	12
Öğrencilerin Etkin Olduğu Sınıf İçi Çalışmalar	12	2	24
Öğrencilerin Etkin olduğu Sınıf Dışı Çalışmalar	12	3	36
Proje Raporlarının Sunumu	1	30	30
Toplam İş Yükü (saat):			**150**

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12
OC1												
OC2												
OC3												
OC4												

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek