# AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
# DERS BİLGİ FORMU

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Dersin Adı | Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Etik | | | | | | | | |
| Ders Kodu | HİR416 | | Ders Düzeyi | Lisans | | | | | |
| AKTS Kredi | 5 | İş Yükü | 125 *(Saat)* | Teori | 3 | Uygulama | 0 | Laboratuvar | 0 |
| Dersin Amacı | Etik teorilerin sunduğu sosyal ve politik kurumları inceleme.İletişim bağlamında etik sorunları (haklar, yükümlülükler) ve süreçleri (kapsam, etkileşim, reklam, teknolojik yenilikler) gözden geçirme. Öğrencileri iletişim çalışmalarında örnek olay incelemesi yaparak teori ve pratiği kullanmaya teşvik etmek. | | | | | | | | |
| Özet İçeriği | Bu ders, öğrencileri çeşitli felsefi etik yaklaşımlarla tanıştırmak ve iletişim alanında ve onun beraberinde getirdiği pratiklerde ana ahlaki ikilemleri araştırmak amacıyla tasarlanmıştır. | | | | | | | | |
| Staj Durum | Yok | | | | | | | | |
| Öğretim Yöntemleri | Anlatım (Takrir), Örnek Olay | | | | | | | | |
| Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları) | | | | | | | | | |

| Ölçme ve Değerlendirme Araçları | | |
|---|---|---|
| Araç | Adet | Oran (%) |
| Ara Sınav (Vize) | 1 | 40 |
| Dönem Sonu Sınavı (Final) | 1 | 70 |

| Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar | |
|---|---|
| 1 | WEB SİTELERİ: 1)World Press Institute: www.worldpressinstitute.org 2)Society of Professional Journalists: www.spj.org/ethics.asp 3)Freedom Forum: www.freedomfourm.org 4)Reporters Without Borders: www.rsf.org 5) Art Science Media Laboratory Media Ethics Project: www.stinkyjournalism.org 6)Institute of Business Ethics: www.ibe.org.uk 7)International Business Ethics Institute: www.businessethics.org 8)Institute for Global Ethics: www.globalethics.org 9)Ethics Resource Center: www.ethics.org 10)Business for Social Responsibility: www.brs.org 11)Advertising Age: www.adage.com |

| Hafta | Haftalara Göre Ders Konuları | |
|---|---|---|
| 1 | Ön Hazırlık | Derse Giriş |
| 2 | Teorik | Teorik etik I: Deontolojik etik teorileri |
| 3 | Teorik | Teoretik etik II: Sonuççu etik teorileri |
| 4 | Teorik | Teorik etik III: Erdem teorileri |
| 5 | Teorik | Uygulamalı etik |
| 6 | Teorik | Gazetecilikte etik |
| 7 | Teorik | Halka hitap etiği |
| 8 | Ara Sınav (Vize) | Ara Sınav (Vize) |
| 9 | Teorik | Belgesel Gösterimi |
| 10 | Teorik | Halkla ilişkiler ve etik |
| 11 | Teorik | Yeni medya ve etik I |
| 12 | Teorik | Yeni medya ve etik II |
| 13 | Teorik | Dönem tekrarı |
| 14 | Teorik | Dönem tekrarı |
| 15 | Teorik | Dönem tekrarı |
| 16 | Dönem Sonu Sınavı (Final) | Dönem Sonu Sınavı (Final) |

| Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat) | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Etkinlik | Adet | Ön Hazırlık | Etkinlik Süresi | Toplam İş Yükü |
| Kuramsal Ders | 15 | 1 | 3 | 60 |
| Ara Sınav | 1 | 27 | 3 | 30 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Dönem Sonu Sınavı | 1 | 32 | 3 | 35 |
| | | | Toplam İş Yükü (Saat) | 125 |
| | | | Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi** | 5 |
| **25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.* | | | | |

| **Dersin Öğrenme Çıktıları** | |
|---|---|
| 1 | Etiğin önemini ve kullanım alanlarıyla sınırlarını tanımlama, farkındalık geliştirme. |
| 2 | Etiğin önemini anlamak ve iletişim çerçevesinde kavramsal çıkarımlar oluşturma. |
| 3 | Günümüze ait iletişim etiği konularını araştırma. |
| 4 | İletişim ve medya pratiklerinin tartışmalı konularında ahlaki karar vermeyi sağlama. |
| 5 | Çeşitli iletişim paradigmalarını analiz etme ve farklı bakış açılarını derinlemesine inceleme. |
| 6 | Etikte eleştirel düşünme ve bunun örgüt kültüründe ve toplumda konumlanışı. |

| **Program Çıktıları** *(Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)* | |
|---|---|
| 1 | Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanlarına yönelik hukuki düzenlemelerin, yasa ve mevzuatın bilincinde olup, buna uygun davranabilmek |
| 2 | Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranabilmek |
| 3 | Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdeleyebilmek ve kullanabilmek. |
| 4 | Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek |
| 5 | Halkla İlişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve tekniklerini geliştirip, uygulayabilmek. |
| 6 | Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek. |
| 7 | Halkla İlişkiler, reklamcılık, marka iletişim, pazarlama iletişimi, ikna edece iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip edip, kullanabilmek |
| 8 | Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medya ile ilgişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişim, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişklier disiplinin ve reklam disiplilinin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek |
| 9 | Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışasında yer alabilme, karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim becerilerini elde edebilmek |
| 10 | Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar programları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek. |
| 11 | Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu disiplinlerden yararlanabilmek |
| 12 | Bölgesel, ulusal, ve kürüsel konular/sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak, bunlarla ilgili kanıtlara ve araştırmalara dayalı çözüm önerileri geliştirebilmek ve bunları kamuya anlatabilme becerisine sahip olmak |
| 13 | Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininden edilen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişmi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilmek. |

**Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi** *1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek*

| | ÖÇ1 | ÖÇ2 | ÖÇ3 | ÖÇ4 | ÖÇ5 | ÖÇ6 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| PÇ1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| PÇ2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 |
| PÇ3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| PÇ4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 |
| PÇ5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 |
| PÇ6 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 |
| PÇ7 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 |
| PÇ8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| PÇ9 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 |
| PÇ10 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| PÇ11 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 |
| PÇ12 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| PÇ13 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |