



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Spor ve İletişim							
Ders Kodu		HİR383		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yükü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu derste ilk olarak, spor ile medya arasındaki ilişkinin geçmişten günümüze kadar ne gibi dönüşümler geçirdiği incelenecektir. İkinci olarak spor ve medya birlikteliğinin ekonomi ve siyaset ile kurmuş olduğu bağlantı ve bu bağlantının yansımalarının neler olduğu üzerinde durulacaktır. Son olarak spor medyasının ideolojik anlamda toplumsal yaşam içerisinde nasıl bir işlevi yerine getirmekte olduğu, örneklerle gösterilmeye çalışılacaktır.							
Özet İçeriği		Spor nedir?, Spor ve toplumsal sınıflar arasındaki ilişkiler, Spor ve ideoloji ilişkisi, Sporun ekonomik boyutu, Sporun siyasal boyutu, Spor ve Medya ilişkisinin temelleri nelerdir?, Gündelik hayat içerisinde sporun dolaşıma sokulmasında medyanın rolü ve etkisi nedir?, Spor medyasının kullandığı dil ve söylem.							
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	Spor, Medya ve Serbest Zaman, Dr. Ayşe Atalay, Beta Yayınları, 2004.
---	--

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Sporun özellikleri.
2	Teorik	Uygarlık tarihine kısa bir bakış.
3	Teorik	Sanayileşme ve serbest zaman.
4	Teorik	Kitle insanının ortaya çıkışı.
5	Teorik	Kitle iletişim araçları.
6	Teorik	Kitle iletişim araçlarının özellikleri.
7	Teorik	Yazılı Basında Spor Haberciliği.
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav (Vize)
9	Teorik	Görsel Basında Spor Haberciliği.
10	Teorik	İşitsel Basında Spor Haberciliği.
11	Teorik	Spor Medya ilişkisi.
12	Teorik	Medyanın Spora Etkileri.
13	Teorik	Globalleşme ve Spor.
14	Teorik	Medyanın Globalleşme ve Spora Etkileri.
15	Teorik	Genel Değerlendirme

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	Sporun, toplumsal yaşam içerisinde sosyolojik açıdan yerine getirdiği işlevlerin önemini fark edebilme.
2	İdeolojik anlamda sporun siyasal iktidarlar tarafından kullanımında medyanın etkisinin neler olduğunu sorgulayabilme
3	Endüstriyel sporun dolaşıma sokulmasında medyanın yerine getirdiği işlevlerin irdelenebilmesi.
4	Sporun, ekonomi ve medya ilişkileri çerçevesinde yaşadığı dönüşümün, toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini irdeleme.
5	Küreselleşmenin spor üzerindeki etkilerini analiz etme.

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, irdelenebilmek ve kullanabilmek.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek
5	Halkla ilişkiler, 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 ilişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek.
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişim, pazarlama iletişimi, ikna edici 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 ilişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişimi, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplinin ve reklam disiplininin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışmasında 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 küresel 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 disiplininin edinen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişimi, 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
PÇ1	4	5	4	3	4
PÇ2	3	5	3	3	2
PÇ3	3	2	5	3	4
PÇ4	4	3	5	4	3
PÇ5	4	5	3	4	5
PÇ6	4	4	3	5	4
PÇ7	5	3	2	4	3
PÇ8	5	3	2	3	4
PÇ9	3	2	3	5	3
PÇ10	3	1	3	3	3
PÇ11	3	4	4	4	5
PÇ12	3	5	3	5	3
PÇ13	3	5	3	4	3

