



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		İletişim Kuramları I							
Ders Kodu		İLT201		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		İletişim alanında geliştirilen kuramları ele alarak, geleceğin iletişimcisi öğrencinin entelektüel, mesleki ve akademik düşünme becerilerini geliştirmek.							
Özet İçeriği		Kitle İletişim Kuramları dersi iletişim alanında geliştirilen kuramları genel sosyal teori içerisinde ele almaktadır.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir)							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Dr. Öğr. Üyesi Taner KIZILHAN, Prof. Dr. Hatice Hale BOZKURT, Prof. Dr. Hüseyin ÇELİK						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	50
Derse Katılım (Performans)	14	10

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	1. İLETİŞİM , KURAMLAR, YAKLAŞIMLAR: NAZİFE GÜNGÖR, 2013, SİYASAL KİTABEVİ, ANKARA
2	2. İLETİŞİM TARİHİ, DAVID CROWLEY, PAUL HEYER, ÇEV.BERKAY ERSÖZ, 2011, SİYASAL KİTABEVİ, ANKARA
3	3. İLETİŞİM MODELLERİ, -KİTLE İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA-, DENİS McQUAIL, SVEN WINDAHL, ÇEV.KONCA KUMLU, 2010, İMGE KİTABEVİ, ANKARA
4	4. İLETİŞİM BİLİMLERİNİN SERÜVENİ, MİCHEL BOURSE, HALİME YÜCEL, 2012, AYRINTI YAYINLARI, İSTANBUL
5	KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI EGEMEN VE ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR, LEVENT YAYLAGÜL, 2014, DİPNOT YAYINLARI, ANKARA

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Ders içeriğinin tanıtımı
2	Teorik	Kuram, Model, Paradigma Kavramları.
3	Teorik	İletişim Çalışmalarına Egemen Olan Ana Akım Kuramlar ve Eleştirel Kuramlar
4	Teorik	Güçlü Etki Yaklaşımı ve Şırınga/Hipodermik İğne Modeli
5	Teorik	Psikoloji ve Sosyal Psikolojiye Dayalı İletişim Araştırmaları
6	Teorik	Matematiksel İletişim Kuramının Temel Savları ve Temsilcileri
7	Teorik	Chicago Okulu'nun İletişim ve Medya Araştırmaları
8	Teorik	Sınırlı Etki Yaklaşımı, İki Aşamalı Akış Kuramı ve Kanaat Önderi Kavramı
9	Teorik	İletişim Araştırmalarına Lasswell, Lazarsfeld, Lewin ve Hovland'ın Etkileri; İlk Ampirik Çalışmalar
10	Ara Sınav (Vize)	ARA SINAV
11	Teorik	Kitle Toplumu ve Kitle Kültürü Yaklaşımı
12	Teorik	İletişim ve Psikoloji Denge Kuramları: Newcomb, Westley-Maclean, Festinger
13	Teorik	Ekme/Yerleştirme Tezi
14	Teorik	Gündem Belirleme Modeli
15	Teorik	Kültürel Göstergeler ve Ekme Kuramı, Bilgi Gediği Hipotezi, Bağımlılık Kuramı
16	Teorik	Yeniliklerin Yayılımı Kuramı
17	Dönem Sonu Sınavı (Final)	DÖNEM SONU SINAV (FİNAL SINAVI)

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	17	0	3	51
Ödev	1	21	1	22
Ara Sınav	1	20	1	21



Dönem Sonu Sınavı	1	30	1	31
Toplam İş Yüğü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	İletişim alanında geliştirilen kuramları ele alarak, geleceğin iletişimcisi öğrencinin entelektüel, mesleki ve akademik düşünme becerilerini geliştirmek
2	İletişim modellerini tanımlayabilmek.
3	İletişim kuramlarını ve bu kuramların güçlü ve zayıf yönlerini öğrenebilmek.
4	İletişim kuramları perspektifinden medya toplum ilişkisini tartışabilmek.
5	-

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 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 iletişimi, 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 edilen 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	5	3	3	4	4
PÇ2	3	4	4	5	5
PÇ3	4	2	5	3	4
PÇ4	4	5	2	3	4
PÇ5	5	4	2	3	5
PÇ6	2	3	4	5	4
PÇ7	5	5	4	3	5
PÇ8	4	3	5	4	5
PÇ9	3	2	3	5	4
PÇ10	5	4	3	2	5
PÇ11	2	5	4	3	4
PÇ12	5	3	5	4	5
PÇ13	3	5	4	5	4

