



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		İletişim Sosyolojisi							
Ders Kodu		İLT401		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	100 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		İletişimin sosyolojik açıdan incelenmesi, iletişimin toplumsal anlamı, topluma etkileri, toplum-iletişim ilişkisi, toplumsal iletişimin tarihsel süreç içindeki gelişimi konularında bilgi paylaşımında bulunmak.							
Özet İçeriği		İletişim sosyolojisinin alanını ve kapsamını, iletişim sosyolojisindeki başlıca yaklaşımları, kitle iletişim araçlarının toplumsal düzenle ve değişimle bağlantılarını, kitle iletişimin modern toplum için önemini, iletişim sosyolojisinin iletişim bilimleri içindeki önemini kavrar ve içinde yaşadığı toplumu bir bütün olarak anlamada ilerleme gösterir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay, Problem Çözme							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Prof. Dr. Hüseyin ÇELİK, Prof. Dr. Turan AKKOYUN						

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. MEDYA VE İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ : ERIC MAGRET, 2013, ÇEV.H.YÜCEL, İLETİŞİM YAY. İSTANBUL
---	---

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Ders içeriğinin tanıtımı
2	Teorik	İletişime giriş ve temel kavramlar
3	Teorik	İletişimin toplumsal anlamı, topluma etkileri, toplum-iletişim ilişkisi, toplumsal iletişimin tarihsel süreç içindeki gelişimi
4	Teorik	Kitle iletişim araştırmalarında Marxist yaklaşımlar ve Amerikan eğilimleri
5	Teorik	Eleştirel kuram, ideoloji kavramı, iletişim ve iktidar
6	Teorik	Yeni iletişim teknolojileri, toplumsal etkileri
7	Teorik	Propaganda ve sinemanın etkileri
8	Teorik	Gazetenin toplumsal dayanışma/çatışmadaki yeri
9	Teorik	Habermas, kamusal alan ve iletişimsel eylem
10	Ara Sınav (Vize)	Vize
11	Teorik	Medyanın modernleşmedeki yeri
12	Teorik	Frankfurt Okulu teorisyenleri ve medya merkezli eleştirel çalışmaları
13	Teorik	Kitle İletişimi üzerine Baudrillard, Altuhusse ve Debord'un görüşleri
14	Teorik	Schiller, Castells, Viirillo ve siberfeminizm
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final sınavı.

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	15	0	3	45
Ödev	21	1	0	21
Ara Sınav	1	10	3	13
Dönem Sonu Sınavı	1	18	3	21
Toplam İş Yüğü (Saat)				100
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.



Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Öğrenci, iletişim alanındaki kuramsal çalışmaları öğrenir.
2	İletişim alanındaki teori, olgu ve kavramların tarihsel gelişimini anlar
3	İletişim kültürünü kazanması için gerekli olan verileri elde eder ve değerlendirir.
4	İletişim sosyolojisinin alanını ve kapsamını öğrenir.
5	İletişim sosyolojisinin başlıca yaklaşımlarını öğrenir.
6	Kitle iletişim araçlarının toplumsal düzenle ve değişimle bağlantılarını öğrenir.
7	Kitle iletişiminin modern toplum için önemini kavrar.
8	İletişim sosyolojisinin iletişim biçimleri içindeki önemini kavrar.
9	İçinde yaşadığı toplumu bir bütün olarak anlamada ilerleme gösterir.

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 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 iletişim, 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	ÖÇ6	ÖÇ7	ÖÇ8	ÖÇ9
PÇ1	5	5	4	4	5	5	4	4	5
PÇ2	5	5	4	5	5	5	4	4	5
PÇ3	5	5	5	4	5	4	4	4	5
PÇ4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
PÇ5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
PÇ6	5	5	5	5	5	4	4	5	4
PÇ7	5	5	4	4	5	4	4	5	4
PÇ8	5	5	4	5	5	4	4	4	4
PÇ9	5	5	5	4	5	5	5	5	4
PÇ10	5	5	5	5	5	5	5	4	5
PÇ11	5	5	4	4	5	5	5	5	4
PÇ12	5	5	5	4	5	5	4	4	4
PÇ13	5	5	4	5	5	5	4	5	4

