



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Dijital Yayıncılık Teknolojileri							
Ders Kodu		GİT312		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	2	Uygulama	2	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu derste öğrencilere dijital yayın teknolojilerinin özelliklerini ve bu alandaki gelişmeleri analiz etme yetkinliğini kazandırmak amaçlanmaktadır.							
Özet İçeriğı		Dijital yayıncılık, basım ve fotoğraf uygulamaları, basın-yayın, web tasarımı, doküman oluşturma, pazarlama, reklamcılık ve grafik tasarım konularını da içine alarak yayıncılığın dijital ortamda nasıl uygulandığının aktarıldığı derstir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Gösterip Yaptırma, Tartışma, Proje Tabanlı Öğrenme, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Dr. Öğr. Üyesi Taner KIZILHAN						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	1. Bergsland, D. (2002). Introduction to Digital Publishing. Delmar Cengage Learning.
2	2. Lake, S. E. L. & Bean, K. (2008). Digital Desktop Publishing. Thomson South-Western

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin içeriğı hakkında bilgilendirme, yazılı-görsel kaynakların tanıtılması
2	Teorik	Dijital Yayıncılıkta Temel Kavramlar, Kullanılan Yazılım, Donanım ve Özellikleri
3	Teorik	Dizayn: Rengin Etkin Kullanımı, Fontlar, Clip Art
4	Uygulama	Resim Kaynakları (Tarayıcı, dijital kameralar, internet, vb.), Piksel Kavramı, Farklı Resim Formatlarını ve Birbiri Arası Dosya Dönüştürme
5	Uygulama	Resim Kalitesi, Resim Düzenleme (Temel fonksiyonlar, görüntü düzeltmeler)
6	Uygulama	Resim Düzenleme, Renk Modelleri
7	Uygulama	Doküman Oluşturma (E-Kitap, E-Dergi, Logolar, el ilanı, Broşür, kartvizit, kutlama kartı, bilgi formu)
8	Ara Sınav (Vize)	Vize
9	Uygulama	Farklı Doküman Formatlarından veya veritabanlarından Bilgi Alma-Verme, Birleştirme (Yazı, Resim, Tablo vb.)
10	Uygulama	Doküman Çıktılarının Alınması
11	Uygulama	İnternet Üzerinden Dijital Yayıncılık I
12	Uygulama	İnternet Üzerinden Dijital Yayıncılık II
13	Teorik	Dijital Yayıncılık ve Pazarlama
14	Teorik	Dijital Yayıncılık ve Reklam
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	5	0	3	15
Uygulamalı Ders	10	0	3	30
Atöyle Çalışması	15	1	3	60
Ara Sınav	1	9	1	10



Dönem Sonu Sınavı	1	9	1	10
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	Dijital yayıncılık teknolojileri ve ilgili kavramları analiz etmek
2	Bir dijital yayının nerelerde nasıl kullanılacağını farkında olabilmek
3	Farklı fotoğraf işleme ve dijital doküman oluşturma yazılımlarını seçebilmek
4	Dijital yayıncılığın pazarlama ve reklamcılık konularında önemini açıklayabilmek
5	Dijital yayıncılık teknolojileri ve ilgili kavramları araştırmak

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 ilişkiler 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 iletişimi, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplinin ve reklam disiplininin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilmek ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilmek, 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 anlatabilmek becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininden 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	5	5	5	5
PÇ2	5	5	5	5	5
PÇ3	5	5	5	5	5
PÇ4	5	5	5	5	5
PÇ5	5	5	5	5	5
PÇ6	5	5	5	5	5
PÇ7	5	5	5	5	5
PÇ8	5	5	5	5	5
PÇ9	5	5	5	5	5
PÇ10	5	5	5	5	5
PÇ11	5	5	5	5	5
PÇ12	5	5	5	5	5
PÇ13	5	5	5	5	5

