



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		İletişim Tarihi							
Ders Kodu		İLT102		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	96 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Programla ilgili iletişim türlerinin tarihsel sürecini öğretmek.							
Özet İçeriğı		İletişim ve türlerini tarihsel süreçteki gelişimi ile ele alarak özellikle kitle iletişim araçlarının tarihsel sürecini irdelemek.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir)							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Doç. Dr. Menderes AKDAĞ, Doç. Dr. Yelda Özlem KÖLGELİER, Dr. Öğr. Üyesi Taner KIZILHAN, Prof. Dr. Hüseyin ÇELİK						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Tekinalp Prof. Dr. Şermin, Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon, Der Yayınları, İstanbul, 2003
2	İletişim Tarihi: Teknoloji-Kültür-Toplum

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	İletişim Kavramı ve Süreci
2	Teorik	İletişim Çeşitleri (Kişilerarası İletişim, Sözsüz İletişim, Grup İletişimi, Örgüt İletişimi, Kitle İletişimi, Ulusal ve Uluslararası İletişim, Siyasal İletişim)
3	Teorik	Kültür ve İletişim
4	Teorik	Türk Basın Tarihinin Doğuşu ve Gelişimi (Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Dönemi)
5	Teorik	Türkiye'de Habercilik ve Uluslararası Basın Ajansları
6	Teorik	Türkiye'de ve Dünyada Radyoculuğun Doğuşu ve Gelişimi
7	Teorik	Vize
8	Teorik	Türkiye'de ve Dünyada Televizyonculuğun Doğuşu ve Gelişimi
9	Teorik	Televizyonculukta Yeni Yayın Teknolojileri
10	Teorik	İnternetin Doğuşu ve Gelişimi
11	Teorik	Reklam Tarihi
12	Teorik	Halkla İlişkiler Tarihi
13	Teorik	Kitle İletişiminde Yasal Düzenlemelerin Tarihsel Değişimi ve Yeni Medya
14	Teorik	İletişimin Geleceğı
15	Teorik	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	1	3	60
Ara Sınav	1	10	3	13
Dönem Sonu Sınavı	1	20	3	23
Toplam İş Yüğü (Saat)				96
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	İletişim türlerini öğretmek.
2	İletişim Türlerinin tarihsel süreçte geçirdiğı dönüşümleri ve nedenlerini tartışmak, gelecekle ilgili öngörü kazandırmak.



3	Mesleki olarak hangi iletişim türlerinin nerede ve ne zaman kullanılması gerektiği konusunda bilgi sahibi olunmasını sağlamak.
4	-
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 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 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	3	3	5	3
PÇ2	2	3	2	2	2
PÇ3	5	5	4	2	4
PÇ4	5	4	4	1	4
PÇ5	2	5	4	5	2
PÇ6	4	2	5	4	4
PÇ7	4	5	4	4	3
PÇ8	5	5	4	5	4
PÇ9	2	4	2	5	4
PÇ10	5	5	5	4	5
PÇ11	5	4	4	3	2
PÇ12	5	5	5	3	4
PÇ13	5	4	5	4	5

