



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Televizyon Haberciliği							
Ders Kodu		RTS303		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	120 (Saat)	Teori	2	Uygulama	2	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Dersin amacı, görsel-işitsel ortamlarda haberi anlama ve haber yapma bilgisi kazandırma.							
Özet İçeriği		Ders, televizyon haberciliği alanında kuramsal bilgi sağlama ve uygulama konusunda haber üretebilme yetisini geliştirmeye yöneliktir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	M. A. İnal, Haberi Okumak, İstanbul: Temuçin Yayınları, 1996.
2	Ç. Dursun, TV Haberlerinde İdeoloji, Ankara: İmge Kitabevi, 2001.
3	N. Kars, Radyo-Televizyon Haberciliği, İstanbul: Derin Yayınları, 2013.
4	O.Tokgöz, Temel Gazetecilik ve TV Haberciliği, İmge Yayınevi,2004

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin amaçlar ve içeriği.
2	Teorik	Haber kavramı, haber kuramları ve haber değeri.
3	Teorik	Haber yazma teknikleri , haber başlığı ve gövde.
4	Teorik	Televizyon haber dili ve yapısal özellikler.
5	Teorik	Televizyon haberinin yapısı ve öykü.
6	Teorik	Televizyon haberinde başlık, gövde ve final.
7	Teorik	Televizyon haber metinleri.
8	Teorik	Televizyon haber metinleri.
9	Ara Sınav (Vize)	VİZE
10	Teorik	Haberin sunumu ve röportaj.
11	Teorik	Haber üretim sürecinde yer alan görevliler.
12	Teorik	Haberde tekelleşme.
13	Teorik	Haber ve etik.
14	Teorik	Örnek haber çözümlemeleri.
15	Teorik	Dönemin değerlendirilmesi.

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	2	3	70
Okuma	14	0	1	14
Bireysel Çalışma	14	0	1	14
Ara Sınav	1	10	1	11
Dönem Sonu Sınavı	1	10	1	11
Toplam İş Yüğü (Saat)				120
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.



Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Televizyon haberi ve üretim ilişkisini sorgulayıp kurgulayabilir.
2	Televizyon haberi üretiminde çalışanların rollerini betimleyebilir.
3	Televizyon haberi üretiminde temel yaklaşım biçimlerini (kamera konumları, açıları, ölçekler röportaj, sunum, vb.)kullanabilir.
4	Televizyon haberleri tasarlayabilir.
5	Tasarımlarını uygulamalarına aktarmada farklı televizyon haberi üretim yöntemlerini kullanabilir.
6	Tasarladığı televizyon haberinde haber-tasarım/yaklaşım ilişkisini oluşturabilir.
7	Tasarladığı televizyon haberinde temel yaklaşım/üretim uygulamalarını çözebilir.
8	Tasarladığı televizyon haberinin haber metni ve metne bağlı araştırma ile üretim çalışmalarını yapabilir.
9	Tasarladığı televizyon haberini görselleştirebilir.
10	Televizyon haberinin tasarımında başlangıç düzeyinde geliştirdiği yaratıcı ve özgün fikirlerini savunabilir.
11	Düşünülen televizyon haberine bağlı üretim problemlerine bağlı yaratıcı ve özgün çözümler geliştirebilir.
12	Öngördüğü çözüme dayalı temel yaklaşım düzenlemelerini içeren televizyon haberi tasarlayabilir.

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 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.

