



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Röportaj Teknikleri							
Ders Kodu		GZT202		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Dersin amacı, gazetecilikte iki temel tür olan söyleşi ve röportajın birbirine benzeyen ve birbirinden ayrılan yönlerini öğreterek öğrencilerin bu türleri örneklerini de inceleyerek kavramasıdır. Öğrencilere gerçek kaynaklarla bağlantı kurmak, onları ikna etmek, ele alınacak konuyla ilgili araştırma yapmayı öğretmek soru hazırlamak ve bu soruları kaynakla görüşme esnasında sordurmak özetle öğrenciye gazetecilik mesleğine başlamadan önce ön çalışmalar yaptırmak amaçlanmaktadır.							
Özet İçeriği		Derste, röportaj yöntemleri, röportaj ile söyleşiyi ayıran özellikler ele alınacaktır. Öğrencilere soru hazırlama teknikleri ve kaynakla görüşme teknikleri aktarılacaktır							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Doç. Dr. Ali Emre DİNGİN						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Söyleşi mi Röportaj mı, Atilla Girgin, Der Yay, İstanbul, 2007.
2	Radyo TV Haberciliği ve Metin Yazma Teknikleri, Ali Kaptan, Maltepe Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2009.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin tanımı
2	Teorik	Röportaj tanımları, özellikleri
3	Teorik	Röportaj öncesinde, sırasında ve sonrasında muhabirin yapması gerekenler
4	Teorik	Röportaj örnekleri I
5	Teorik	Röportaj örnekleri I
6	Teorik	Röportaj örnekleri I
7	Teorik	Röportaj örnekleri I
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav (Vize)
9	Teorik	Söyleşi ve röportajın farkları
10	Teorik	Söyleşi yazmak hakkında temel bilgiler I
11	Teorik	Söyleşi yazmak hakkında temel bilgiler II
12	Teorik	Söyleşi örnekleri I
13	Teorik	Söyleşi örnekleri II
14	Teorik	Söyleşi örnekleri III
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı (Final)

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	0	3	42
Okuma	5	0	3	15
Kısa Sınav	2	4	0	8
Ara Sınav	1	20	0	20



Dönem Sonu Sınavı	1	40	0	40
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	Gazetecilikte birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılan röportaj ve söyleşinin farklarını öğrenir.
2	Röportaj yapma, röportaj soruları hazırlama ve röportaj yazmayı öğrenir.
3	Ders kapsamında incelediği röportaj ve söyleşi örnekleriyle öğrendiklerini pekiştirme şansı yakalar.
4	Kaynakla bağlantı kurmayı, kaynağı ikna etme yöntemlerini öğrenir.
5	Farklı mecralar için röportaj uygulamaları yaparak pratik kazanır.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla ilişkiler 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 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	3	3			4
PÇ2	3	3			4
PÇ3	3	3			3
PÇ4	3	3		3	
PÇ5	3			3	
PÇ6		3		3	
PÇ7		3		3	
PÇ8			2		
PÇ9			3		
PÇ10		3			
PÇ13	3				

