AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	İletişim Kuramları II								
Ders Kodu	İLT218		Ders Düzeyi	Lisans					
AKTS Kredi	5	İş Yükü	125 *(Saat)*	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	İletişim alanında geliştirilen kuramları ele alarak, geleceğin iletişimcisi öğrencinin entelektüel, mesleki ve akademik düşünme becerilerini geliştirmek.								
Özet İçeriği	Kitle İletişim Kuramları dersi iletişim alanında geliştirilen kuramları genel sosyal teori içerisinde ele almaktadır.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir)								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)	Doç. Dr. Pelin ERDAL AYTEKİN, Dr. Öğr. Üyesi Seçil UTMA, Dr. Öğr. Üyesi Taner KIZILHAN, Prof. Dr. Hüseyin ÇELİK								

Ders Koşulları	
Ön Koşul	İLT201

Ölçme ve Değerlendirme Araçları		
Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	50
Derse Katılım (Performans)	1	10

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	İLETİŞİM , KURAMLAR, YAKLAŞIMLAR: NAZİFE GÜNGÖR, 2013, SİYASAL KİTABEVİ, ANKARA
2	İLETİŞİM TARİHİ, DAVİD CROWLEY, PAUL HEYER, ÇEV.BERKAY ERSÖZ, 2011, SİYASAL KİTABEVİ, ANKARA
3	İLETİŞİM MODELLERİ, -KİTLE İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA-, DENİS McQUAİL, SVEN WİNDAHL, ÇEV.KONCA KUMLU, 2010, İMGE KİTABEVİ, ANKARA
4	İLETİŞİM BİLİMLERİNİN SERÜVENİ, MİCHEL BOURSE, HALİME YÜCEL, 2012, AYRINTI YAYINLARI, İSTANBUL
5	KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI EGEMEN VE ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR, LEVENT YAYLAGÜL, 2014, DİPNOT YAYINLARI, ANKARA

Hafta	**Haftalara Göre Ders Konuları**	
1	Teorik	Ders içeriğinin tanıtımı
2	Teorik	Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı
3	Teorik	Frankfurt Okulu-Eleştirel Teorinin Doğuşu, Kısa Tarihi
4	Teorik	Frankfurt Okulu-Eleştirel Teorinin İletişim Bilimine Katkıları
5	Teorik	Gramsci ve Hegomonya
6	Teorik	Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtarı
7	Teorik	Yapısalcı Dilbilim ve Göstergebilim
8	Teorik	Burmingham Okulu-İngiliz Kültürel Çalışmaları, Doğuşu, Kısa Tarihi
9	Teorik	Burmingham Okulu-İngiliz Kültürel Çalışmaları ve Popüler Kültür
10	Ara Sınav (Vize)	Vize
11	Teorik	İletişimin Ekonomi Politiği/Konusu ve Yöntemi
12	Teorik	İletişimin ve Ekonominin Ekonomi Politiği
13	Teorik	Amerika'da Ekonomi Politik Yaklaşım
14	Teorik	Avrupa'da Ekonomi Politik Yaklaşım
15	Teorik	Küreselleşme ve İletişim
16	Teorik	Küreselleşmenin İdeolojik Boyutu ve Eleştirisi
17	Teorik	Final

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	17	0	3	51
Ödev	1	21	1	22
Ara Sınav	1	20	1	21
Dönem Sonu Sınavı	1	30	1	31
			Toplam İş Yükü (Saat)	125
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	5
**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*				

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	İletişim alanında geliştirilen kuramları ele alarak, geleceğin iletişimcisi öğrencinin entelektüel, mesleki ve akademik düşünme becerilerini geliştirmek
2	İletişim modellerini tanımlayabilmek.
3	İletişim kuramlarını ve bu kuramların güçlü ve zayıf yönlerini öğrenebilmek.
4	İletişim kuramları perspektifinden medya toplum ilişkisini tartışabilmek.
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 edece 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 ilgişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişim, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişklier disiplinin ve reklam disiplilinin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışasında 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 kürüsel 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 iletişmi, 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	2	5	3	5	4
PÇ2	5	4	5	5	5
PÇ3	4	5	4	4	5
PÇ4	5	4	5	4	5
PÇ5	4	2	3	4	5
PÇ6	2	3	3	5	5
PÇ7	3	5	5	5	5
PÇ8	5	4	4	4	5
PÇ9	4	4	3	3	5

PÇ10	3	4	5	3	5
PÇ11	5	5	4	5	5
PÇ12	4	5	5	4	5
PÇ13	5	4	4	5	5