



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		İletişime Giriş							
Ders Kodu		İLT101		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		İletişim modellerini öğrenmek, kişilerarası iletişim ve kitle iletişimi yaklaşımlarını ve temel paradigmalarını anlamaktır.							
Özet İçeriği		İletişim süreçlerinin ve biçimlerinin modeller ve temel teoriler bağlamında ele alınarak öğrenilmesi. Kişilerarası iletişim ve kitle iletişimi çalışmalarında kullanılan yaklaşımların bilinmesi.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Doç. Dr. Eren Ekin ERCAN, Doç. Dr. Yelda Özlem KÖLGELİER, Dr. Öğr. Üyesi Aynur ÖRNEK, Dr. Öğr. Üyesi Taner KIZILHAN, Arş. Gör. Sumru YILDIRIM						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Ünsal Oskay, İletişimin ABC'si, Simavi Yayınevi
---	---

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	İletişim Tanımlar ve Anlamlar
2	Teorik	İletişim Modelleri ve Yaklaşımları
3	Teorik	İletişim Modelleri ve Yaklaşımları
4	Teorik	İletişim modelleri ve yaklaşımları
5	Teorik	Kişilerarası İletişim
6	Teorik	Kitle İletişimi
7	Teorik	Kitle iletişim teorileri genel görüşleri
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav (Vize)
9	Teorik	Kitle İletişimi
10	Teorik	Dil Kültür ve İletişim
11	Teorik	Dil Kültür ve İletişim
12	Teorik	Örgüt İletişimi
13	Teorik	Kültürlerarası İletişim
14	Teorik	İletişim Araştırmaları
15	Teorik	İletişim Pratikleri
16	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
Ödev	1	30	1	31
Ara Sınav	1	20	1	21
Dönem Sonu Sınavı	1	30	1	31

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	İletişim alanının tarihsel analizini yapabilme
---	--



2	İletişim modellerini öğrenme
3	İletişim teorilerini tanıma
4	Kişilerarası, kitle iletişimi ve örgüt iletişiminin dinamiklerini kavrama
5	Kültürlerarası iletişim biçimlerini öğrenme
6	İletişim araştırmalarının amaçlarını ve yöntemlerini tanıma

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, irdelleyebilmek 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 iletişimi, 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 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	ÖÇ6
PÇ1	5	4	2	5	3	5
PÇ2	4	3	5	4	3	5
PÇ3	4	2	4	3	5	4
PÇ4	4	5	3	5	4	3
PÇ5	4	4	5	5	3	2
PÇ6	3	3	4	4	5	3
PÇ7	3	5	4	4	2	4
PÇ8	4	5	5	2	4	3
PÇ9	3	3	3	2	5	4
PÇ10	5	4	4	2	3	5
PÇ11	5	3	4	5	5	4
PÇ12	4	5	2	3	4	5
PÇ13	5	3	5	4	3	2

