



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Kültürlerarası İletişim							
Ders Kodu		HİRY506		Ders Düzeyi		Yüksek Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu dersin amacı öğrencilere kültürlerarası iletişim kuramları hakkında bilgi vermek, kültürel farklılıklara karşı duyarlılık ve gündelik hayatlarında da dikkate alacakları bir kültürlerarasılık perspektifi kazandırmak, kültürlerarası iletişim durumlarını nasıl çözümlenebileceğini göstermektir.							
Özet İçeriği		Kültürlerarası bağlamda iletişimin başlıca değişkenleri üzerinde odaklanan seminerde, günlük yaşamda, iş ortamında, uluslararası ilişkilerde değişik kültürden gelen kişiler arasında ortaya çıkan iletişim sorunları tartışılmaktadır.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Gösterip Yaptırma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Prof. Dr. İçten Duygu ÖZBEK						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Smith, Philip (2005). Kültürel Kuram. Çev. S. Güzelsarı, İ.Gündoğdu. İstanbul: Babil Yayıncılık. Kartarı, Asker (2001). Farklılıklarla Yaşamak. Ankara: Ürün Yayıncılık. Touraine, Alan (2001). Eşitliklerimiz ve Farklılıklarımızla Birlikte Yaşayabilecek miyiz? Çev. Olcay Kunal. İstanbul: YKY. Fay, Brian (2001). Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi Çokkültürlü Bir Yaklaşım. Çev. İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı.
---	---

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	kültür ve iletişim kavramları ve ilişkisi, kültürlenme (acculturation), kültüre girme (enculturation), altkültür vd. kavramların tanımları.
2	Teorik	Klasik sosyal teoriden postmodern yaklaşımlara kültür kuramının genel haritası
3	Teorik	Kültürlerarası İletişim Çalışmalarının Tarihi
4	Teorik	Kültürlerarası İletişim Kuramları I: Enformasyon Sistemleri Kuramı
5	Teorik	Kültürlerarası İletişim Kuramları II: Zamanın ve Mekanın Kültüreliliği Kültürlerarası İletişim Kuramları III: Kültürel Boyut Kuramı
6	Teorik	Kültürlerarası İletişim Kuramları IV: İletişimsel Eylem Kuramına karşı Kültürel Göreliliğin Kuramları
7	Ara Sınav (Vize)	vize
8	Teorik	Kültürel Fark Bağlamında Kimlik ve Çatışma
9	Teorik	Kültürlerarası İletişim Yeterliliği
10	Teorik	Kültürlerarası İletişimde Etik
11	Teorik	Popüler Kültürde kültürlerarası iletişim: Kurmaca olmayan medya içerikleri
12	Teorik	Popüler Kültürde kültürlerarası iletişim: Kurmaca medya içerikleri
13	Teorik	Popüler Kültürde kültürlerarası iletişim: Edebi ve görsel sanat metinleri
14	Dönem Sonu Sınavı (Final)	final

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	13	2	3	65
Ara Sınav	1	29	1	30
Dönem Sonu Sınavı	1	29	1	30
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	Kültürlerarası İletişim çalışma alanının temel kavramları ve kuramsal çerçevesine hâkim olur, temel kaynaklarla ve örnek vaka incelemeleriyle tanışır.
2	Kültürlerarasılığın sadece ulus-devlet paradigması kapsamında düşünülmemesi gerektiğini öğrenir, tarih boyunca farklı toplumsal formasyonlar içindeki dönüşümünü açıklar.
3	Hem medya içeriklerinde hem de gündelik hayatta kültürlerarasılık deneyimlerini açıklar ve bu bağlamdaki farklı vakaları kavramsal olarak tartışır
4	Küreselleşme ile birlikte yeni vatandaşlığın kültürlerarası, çokkültürlü, melez formlarını, medya içeriklerinde ve farklı sanatsal türlerden metinlerde tanıyıp analiz eder.
5	Popüler kültür içindeki kültürlerarası iletişim durumlarının analizi konusunda bir yaklaşım ve kuramsal bilgi sahibi olur. 6-Öteki ile iletişime dair çağdaş sorunları bilir ve bunlara çözüm önerileri geliştirir.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yüksek Lisans Programı)

1	İletişimin kültürel boyutlarını inceleyebilecek ve üzerinde akademik çalışmalar yapabilir.
2	Mesaj stratejisini kurumsal çerçevede ele alabilir
3	Reklamcılığın temeli, multimedya, internet ve mobil iletişim pazarlama ilkeleri alanında bilgiye sahip olur.
4	Reklam kampanyaları planlama ve değerlendirme aşamalarında temel yöntemler
5	Reklamcılık ve diğer pazarlama iletişimi çabalarının yorumlanma yeteneği
6	Marka, marka imajı, marka yaratmak ve marka denkliği konusunda yetenek kazanır.
7	Bütünleşik pazarlama yönetimi ve stratejik rolü
8	Dağıtım kanalları, perakendecilik ve satın alma noktasıyla ilgili strateji oluşturma
9	Bilimsel araştırmanın ve sosyal olguların özellikleri
10	Yaratıcı düşünce ve reklam yazarlığı ve ilgili süreç

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	5	5	5	4	4
PÇ2	5	5	5	5	5
PÇ3	5	5	5	4	4
PÇ4	5	5	5	4	4
PÇ5	5	5	5	5	5
PÇ6	5	5	5	4	5
PÇ7	5	5	5	5	4
PÇ8	5	5	5	4	4
PÇ9	5	5	5	5	4
PÇ10	5	5	5	5	4

