AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Basın Bülteni ve Duyurularına Eleştirel Mesleki Yaklaşımlar								
Ders Kodu	HİRY528		Ders Düzeyi	Yüksek Lisans					
AKTS Kredi	5	İş Yükü	125 *(Saat)*	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Kapitalist küreselleşme sürecinde ideolojik söylemler üretip yayan halkla ilişkiler ve medya endüstrisinin rolünü irdeleyen bu ders, öğrencilere ana akım iletişim anlayışına ve uygulamalarına eleştirel bakma perspektifi kazandırmayı amaçlamaktadır.								
Özet İçeriği	Soğuk Savaş sürecinde modernizmin siyasal ve ekonomik paradigmasının ve ideolojik aygıtlarının değerlendirilmesi. Kapitalist küreselleşme sürecine özgü başat değer yargılarının oluşturulup benimsetilmesinde halkla ilişkiler ve medyanın rolü. Halkla İlişkilere retoriksel ve eleştirel yaklaşımlar.Marksist yaklaşımlar ve medya analizi. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi. Kamuoyu ve Hegemonya. Rıza üretimi ve propaganda modeli. Halkla İlişkilerde mükemmellik kuramı ve simetrik modelin işlevselliği. Halkla İlişkilerde etik ikilemler meselesine eleştirel bakış. Muhalif Halkla İlişkiler Uygulamaları.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma								
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	Kritik Halkla İlişkilerin Routledge El Kitabı, Edited by Jacquie L'Etang,David McKie,Nancy Snow,Jordi Xifra
2	Kamuoyu ve Rasyonellik, E. Noelle-Neumann
3	Siyasi Halkla İlişkiler ve Gündem Oluşturma, J. C. Tedesco

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Giriş
2	Teorik	Soğuk Savaş sürecinin siyasal ve ekonomik tarihçesi ve modern dönemde ana akım iletişim çalışmaları
3	Teorik	Kapitalist küreselleşmenin baskın değerleri ve postmodern dönemde ana akım iletişim çalışmaları
4	Teorik	Kapitalist küreselleşme sürecinde medya ve halkla ilişkilerin rolü
5	Teorik	Halkla İlişkilere retoriksel ve eleştirel yaklaşımlar
6	Teorik	Halkla İlişkilere retoriksel ve eleştirel yaklaşımlar
7	Teorik	Marksist yaklaşımlar ve medya analizi
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Frankfurt Okulu : Kültür Endüstrisi
10	Teorik	Kamuoyu ve Hegemonya Kavramı
11	Teorik	Rıza üretimi ve Herman/Chomsky'nin Medya Propaganda Modeli
12	Teorik	Grunig and Hunt'ın mükemmel Halkla İlişkilerde simetri kavramı ve iş dünyası-toplum çıkar çatışması
13	Teorik	Halkla İlişkilerde etik sorunsalların eleştirel değerlendirmesi
14	Teorik	Muhalif ve Protest Halkla İlişkiler/Uygulamalar
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	13	2	3	65
Ara Sınav	1	29	1	30

Dönem Sonu Sınavı	1	29	1	30
			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	Ana akım ve eleştirel çalışmalar hakkında öğrenciyi bilgilendirmek
2	Kapitalist küreselleşme sürecinde halkla ilişkiler ile medya endüstrisinin işlevi hakkında öğrencide farkındalık oluşturmak
3	Öğrenciye Halkla İlişkiler uygulamalarına yönelik etik ve eleştirel sorgulama perspektifi kazandırmak
4	Basın bülteni ve duyuruları eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilir.
5	Basın bilteni ve duyuruları mesleki anlamda değerlendirebilir.

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	4	4	3	4
PÇ2	5	5	3	4	2
PÇ3	5	4		5	4
PÇ4	5	4	3	4	3
PÇ5	5	5	4	3	5
PÇ6	5	4	4	5	4
PÇ7	5	4		3	3
PÇ8	5	4	4		4
PÇ9	5	4	4	3	4
PÇ10	5	4	4	3	5