AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Reklam ve Tanıtım Faaliyetlerine Etik Denetim								
Ders Kodu	HİRY529			Ders Düzeyi		Yüksek Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yükü	125 *(Saat)*	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Etik teorilerin sunduğu sosyal ve politik kurumları inceleme.İletişim bağlamında etik sorunları (haklar, yükümlülükler) ve süreçleri (kapsam, etkileşim, reklam, teknolojik yenilikler) gözden geçirme. Öğrencileri iletişim çalışmalarında örnek olay incelemesi yaparak teori ve pratiği kullanmaya teşvik etmek.								
Özet İçeriği	Bu ders, öğrencileri çeşitli felsefi etik yaklaşımlarla tanıştırmak ve iletişim alanında ve onun beraberinde getirdiği pratiklerde ana ahlaki ikilemleri araştırmak amacıyla tasarlanmıştır.								
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	Dünya Yayın Enstitüsü: www.worldpressinstitute.org
2	Özgürlük Forumu: www.freedomfourm.org
3	Uluslararası İş Etiği Enstitüsü: www.businessethics.org

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Derse Giriş
2	Teorik	Teorik etik I: Deontolojik etik teorileri
3	Teorik	Teoretik etik II: Sonuççu etik teoriler
4	Teorik	Teorik etik III: Erdem teorileri
5	Teorik	Uygulamalı etik
6	Teorik	Gazetecilikte etik
7	Teorik	Halka hitap etiği
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Belgesel Gösterimi
10	Teorik	Halkla ilişkiler ve etik
11	Teorik	Yeni medya ve etik I
12	Teorik	Yeni medya ve etik II
13	Teorik	Dönem Tekrarı
14	Teorik	Dönem Tekrarı
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	Etiğin önemini ve kullanım alanlarıyla sınırlarını tanımlama, farkındalık geliştirme.

2	Etiğin önemini anlamak ve iletişim çerçevesinde kavramsal çıkarımlar oluşturma.
3	Günümüze ait iletişim etiği konularını araştırma.
4	İletişim ve medya pratiklerinin tartışmalı konularında ahlaki karar vermeyi sağlama.
5	Çeşitli iletişim paradigmalarını analiz etme ve farklı bakış açılarını derinlemesine inceleme

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