



YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ DERS ÖĞRETİM PLANI

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Dersin Türü (Z/S)	T+U+L (Saat/Hafta)	Kredi	AKTS	Eğitim Dili
HİR712	Popüler Kültür	SEÇMELİ HAVUZU	S	2+0+0	2	4	Türkçe

DERS BİLGİLERİ

Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)	Popüler Kültür
Dersin Amacı	Dersin amacı öğrencilerin popüler kültür ve popüler kültürün toplum üzerindeki rolü hakkında eleştirel düşüncelerini sağlamaktır.
Dersin Seviyesi	Lisans
Öğretim Yöntemi	(X) Örgün () Uzaktan
Dersi Yürüten Öğretim Elemanları	Dr. Öğr. Üyesi Nazmi Ekin VURAL
Dersin Ön Koşulu Ders(ler)i	Yok
Kaynaklar	1. Ekmel Geçer, Medya ve Popüler Kültür, Okur Kitaplığı 2. Herbert J. Gans, Popüler Kültür ve Yüksek Kültür, Yapı Kredi Yayınları
Dersin Öğrenim Çıktıları	1. Popüler kültür ürünlerinin eleştirel okumasını yapabileceklerdir 2. Popüler kültürü tarihsel bir olgu olarak algılamaya başlayacaklardır 3. Popüler kültürün diğer kültür ve güç ilişkileri ile olan bağlantıları üzerine yorum yapabileceklerdir 4. Popüler kültürü özelde metinler üzerinden ve genel olarak tartışabilecek ve eleştirebileceklerdir

DERS İÇERİĞİ

1.Hafta	Dersin tanımı ve genel bilgiler
2.Hafta	Popüler kültür nedir? Popüler kültür ve "yüksek" kültür ayrımı neden problemlidir?
3.Hafta	Kültür ve medeniyet geleneği
4.Hafta	Culturalism: Hoggart, Williams, Thompson, Hall ve Whannel.
5.Hafta	Marksizm'ler: Frankfurt Okulu, Althusser, Gramsci, post-Marksizm ve kültürel çalışmalar
6.Hafta	Yapısalcılık ve Post-yapısalcılık Gösterim
7.Hafta	Toplumsal Cinsiyet ve Cinsellik Örnek
8.Hafta	Ara Sınav
9.Hafta	Postmodernizm: Postmodern teoriler
10.Hafta	Belgesel/Film gösterimi
11.Hafta	Psikanaliz ve Popüler Kültür
12.Hafta	Popüler Kültür ve Siyaset
13.Hafta	Ders-içi ödev yazımı
14.Hafta	Genel tekrar
15. Hafta	Final Sınavı

DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ

Dönem İçi Çalışma Etkinlikleri	Sayısı	Katkısı
Ara Sınav	1	%30
Ödev	1	%10
Uygulama		
Forum		%10
Kısa sınav		

Dönemiçi Çalışmaların Yarıyıl Başarıya Oranı (%)		%50
Finalin Başarıya Oranı (%)		%50
Toplam		%100

DERS İŞ YÜKÜ TABLOSU

Etkinlik	Toplam Hafta Sayısı	Süre (Haftalık Saat)	Toplam İş Yüğü
Teori	14	2	28
Uygulama			
Okuma	14	1	14
İnternet Taraması, Kütüphane Çalışması			
Materyal Tasarlama, Uygulama			
Rapor Hazırlama	1	10	10
Sunu Hazırlama			
Sunum			
Ara Sınav ve Ara Sınava Hazırlık	1	20	20
Final Sınavı ve Final Sınavına Hazırlık	1	20	20
Diğer			
Toplam İş Yüğü			92
Toplam İş Yüğü / 25 (s)			92/25
Dersim AKTS Kredisi			≅ 4

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI KATKI DÜZEYLERİ

No	Program Öğrenme Çıktıları	1	2	3	4	5
1	Halkla İlişkiler, reklam, pazarlama ve bütünleşik pazarlama iletişimi alanına ilişkin temel kavram, kuram, yöntem ve modellerini bilir.			X		
2	Alanında yapılan faaliyetlerle ilgili periyodik raporlama yapmasını ve halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili araştırma, planlama yapma yöntem ve tekniklerini bilir.				X	
3	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında hedef kitlelere uygun medya planlaması süreçlerini ve hedef kitleye uygun halkla ilişkiler ve reklam mesajları oluşturulmasını bilir.			X		
4	Örgütsel iletişim modelleri ve işleyişini ve halkla ilişkilerin bir yönetim fonksiyonu olduğunu bilir.				X	
5	Kurum ve kuruluşların tanıtımıyla ilgili medya ve dijital medya iletişim tekniklerini ve kriz yönetimi süreçlerini bilir.			X		
6	Reklamcılıkla ilgili yasal düzenlemeleri ve etik değerleri bilir.			X		
7	Kurum ve kuruluşların, tüm paydaşlara yönelik iletişim çalışmalarını yapar ve etkinliklerini düzenler.			X		
8	Reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarından pazarlama araştırmalarını yapma, tüketici davranışını araştırma ve bu araştırma verileri doğrultusunda planlama yapma becerisine sahiptir ve reklam mesajlarını, iletişim ortamlarının farklı özelliklerini dikkate alarak oluşturur.			X		
9	Halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarını yürütür ve medya reklam kampanyalarını planlar ve yürütür.			X		
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında dijital ortamlar, sosyal medyayı ve alanında güncel ve etkili sunum tekniklerini kullanır.			X		
11	Ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.			X		
12	Toplumsal gelişmeleri yakından izleyerek hedef kitle davranışlarındaki değişimleri araştırıp elde ettiği bilgileri halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarında kullanma yeteneğine sahiptir.				X	
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sorunları çözmek için bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alır ve yönetim becerisine sahiptir.			X		
14	Alanı ile ilgili projelerde ortaya çıkabilecek krizleri öngörür.				X	

15	Alanı ile ilgili gerekli durumlarda sorumluluk alarak ortaya çıkan sorunları çözer. Alanında faaliyet gösteren paydaşlarla iletişim kurar, sorunlarla ilgili çözümler önerir.				X	
16	Halkla ilişkiler, kurumsal iletişim ve reklamcılık alanlarındaki yenilikleri sürekli takip ederek bu doğrultuda içerikler oluşturur.			X		
17	Geleneksel ve dijital mecralardaki tüketici davranışlarını bilimsel yöntemlerle analiz etme ve bu mecraların kendine özgü dinamiklerini değerlendirme yetkinliğine sahiptir.			X		
18	Alanı ile ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.				X	
19	Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.			X		
20	Yaşam boyu öğrenme prensibini kendisine ilke edinerek, alanı ile ilgili gelişmeleri; yenilikleri, fikirleri, yöntem ve teknikleri düzenli olarak takip etme ve kendi çalışmalarında etkin bir şekilde kullanma yetkinliğine sahiptir.				X	

Not: 1-En düşük 5- En yüksek