

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
MEDYA VE İLETİŞİM	GIT4211455	Bahar Dönemi	3+0	3	3
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Akgün TOKATLI				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Yeşim Ceren ÇAPRAZ AKALTAN				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Medya, İletişim ve Tasarım dersi, öğrencilere teorik bilgi ve pratik alanda bilgi sağlarken, disiplinler arası bir alanda medya, iletişim ve tasarım arasındaki dinamik ilişkilere yönelik derin bir anlayışını kazandırır. Eleştirel düşünce, etik ve tasarım prensiplerinin pratik uygulanması üzerinde vurgu yaparak, sınıf öğrencilerini profesyonel ortamlardaki zorluklara ve fırsatlara hazırlamayı amaçlamaktadır. Ayrıca, ders, yaratıcı problem çözme, işbirlikçi projeler ve medyanın toplum üzerindeki etkisi konusunda bir anlayışı teşvik eder.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Medya, iletişim ve tasarımın amaçları ve günümüzdeki zorlukları 1,Medya, iletişim ve tasarımın amaçları ve günümüzdeki zorlukları 2, İletişim Teorileri: İletişim teorilerine derinlemesine bir bakış ve dijital medyanın etkileri 1,İletişim Teorileri: İletişim teorilerine derinlemesine bir bakış ve dijital medyanın etkileri 2,Görsel İletişim Stratejileri: Görsel iletişim ve tasarımın prensipleri ve işbirlikçi projelerle bu bilgilerin uygulanması. 1,Görsel İletişim Stratejileri: Görsel iletişim ve tasarımın prensipleri ve işbirlikçi projelerle bu bilgilerin uygulanması. 2,Medya Etik: Medya, iletişim ve tasarımdaki etik konuların incelenmesi, eleştirel analizi ve uygulamaları 1,Medya Etik: Medya, iletişim ve tasarımdaki etik konuların incelenmesi, eleştirel analizi ve uygulamaları 2,Dijital İnovasyon: Güncel dijital inovasyonların analizi, yeni ortaya çıkan ve işbirlikçi projelerde bu teknolojileri kullanılması. 1,Dijital İnovasyon: Güncel dijital inovasyonların analizi, yeni ortaya çıkan ve işbirlikçi projelerde bu teknolojileri kullanılması. 2,Reklam ve Marka Yönetimi: Reklam ve marka stratejilerinin incelenmesi. 1,Reklam ve Marka Yönetimi: Reklam ve marka stratejilerinin incelenmesi. 2,Örnek çalışmalar 1,Örnek çalışmalar 2; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1. Çeşitli medya konuları iletişim kavramı ile ilişkilendirir.				10, 9	E
2. Medya üretimi, düzenleme ve iletişimde ilgili teknoloji ve araçları kullanır.				12, 9	E
3. Medya ve iletişimdaki temel kavramlar, teoriler ve tarihsel gelişmeleri sayar.				10, 4, 9	E
4. Profesyonel ve sosyal ortamlarda başarılı işbirliği ve etkileşim için gerekli olan kişilerarası iletişim becerilerini tanımlar				10, 9	E
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 12: Problem Çözme Yöntemi, 4: Sorgulama Temelli Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	E: Ödev				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Medya, iletişim ve tasarımın amaçları ve günümüzdeki zorlukları 1				
2	Medya, iletişim ve tasarımın amaçları ve günümüzdeki zorlukları 2				
3	İletişim Teorileri: İletişim teorilerine derinlemesine bir bakış ve dijital medyanın etkileri 1				
4	İletişim Teorileri: İletişim teorilerine derinlemesine bir bakış ve dijital medyanın etkileri 2				
5	Görsel İletişim Stratejileri: Görsel iletişim ve tasarımın prensipleri ve işbirlikçi projelerle bu bilgilerin uygulanması. 1				
6	Görsel İletişim Stratejileri: Görsel iletişim ve tasarımın prensipleri ve işbirlikçi projelerle bu bilgilerin uygulanması. 2				
7	Medya Etik: Medya, iletişim ve tasarımdaki etik konuların incelenmesi, eleştirel analizi ve uygulamaları 1				
8	Medya Etik: Medya, iletişim ve tasarımdaki etik konuların incelenmesi, eleştirel analizi ve uygulamaları 2				
9	Dijital İnovasyon: Güncel dijital inovasyonların analizi, yeni ortaya çıkan ve işbirlikçi projelerde bu teknolojileri kullanılması. 1				
10	Dijital İnovasyon: Güncel dijital inovasyonların analizi, yeni ortaya çıkan ve işbirlikçi projelerde bu teknolojileri kullanılması. 2				
11	Reklam ve Marka Yönetimi: Reklam ve marka stratejilerinin incelenmesi. 1				
12	Reklam ve Marka Yönetimi: Reklam ve marka stratejilerinin incelenmesi. 2				
13	Örnek çalışmalar 1				
14	Örnek çalışmalar 2				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		50			
Genel Sınav		50			

Kaynaklar

Öğretim üyesi tarafından sağlanacaktır.