

DERS İZLENESİ						
Dersin Adı	Dersin Kodu	Dönem	Ders Saati / Hafta		Kredi	ECTS
Retorik	İLET408	8	Teori 3	Pratik 0	3	5
Dersi Tipi	Zorunlu Ders	Bölüm Seçmeli	Fakülte Seçmeli	Üniversite Seçmeli	CoHE (YÖK) Zorunlu	Diğer
	-	-	EVET	-	-	-
Dersin Seviyesi	Önlisans Derecesi		Lisans Derecesi		Yüksek Lisans / Doktora	
	-		EVET		-	

Dersin Öğretim Dili	Türkçe
---------------------	--------

Dersin Eğitmeni	Dr.Öğretim Üyesi Serpil Karaaslan	E-mail : serpil.karaaslan@arucad.edu.tr Ofis : TI – OFF07
-----------------	-----------------------------------	--

Dersin Amacı	Bu dersin amacı, iletişim öğrencilerine retorik tarihsel gelişimini ve temel kavramlarını tanıtmak; ikna, söylem ve güç ilişkilerini anlamalarını sağlamak ve öğrencilerin medya, siyaset, reklam ve dijital iletişim alanlarında kullanılan retorik stratejilerini analiz edebilme becerisi kazanmalarına katkıda bulunmaktır.
--------------	---

Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenciler	Öğretim Yöntemleri:	Ölçme ve Değerlendirme:
	Retorik temel kavramlarını ve tarihsel gelişimini açıklar.	Düz Anlatım & Sınıf içi Tartışma	Ara Sınav & Final Sınavı
	Ethos, pathos ve logos gibi retorik ikna araçlarını tanımlar ve örneklerle açıklar.	Düz Anlatım & Sınıf içi Tartışma	Ara Sınav & Final Sınavı
	Siyasi konuşma, medya metni, reklam ve sosyal medya içeriklerinde kullanılan retorik stratejileri analiz eder.	Düz Anlatım & Sınıf içi Tartışma	Ara Sınav & Final Sınavı
	Propaganda, medya söylemi ve kurumsal iletişim örneklerini retorik açıdan değerlendirir.	Düz Anlatım & Sınıf içi Tartışma	Ara Sınav & Final Sınavı

	Güncel bir medya, reklam veya siyasal iletişim örneği üzerinde retorik analiz uygulaması gerçekleştirir.	Düz Anlatım & Sınıf içi Tartışma	Ara Sınav & Final Sınavı
	Belirli bir hedef kitleye yönelik ikna edici bir iletişim metni veya kısa medya içeriği tasarlayarak retorik stratejileri uygulamaya döker.	Düz Anlatım & Sınıf içi Tartışma	Ara Sınav & Final Sınavı
Dersin İçeriği	Bu ders, retorikğin Antik Yunan'dan günümüze kadar olan tarihsel gelişimini ve temel kavramlarını ele alır. Ders kapsamında ikna, söylem ve güç ilişkileri; ethos, pathos ve logos gibi retorik araçları; siyaset, medya, propaganda, reklam ve kurumsal iletişimde kullanılan retorik stratejileri incelenir. Ayrıca görsel retorik, kriz iletişimi ve dijital medya bağlamında retorik uygulamaları örnek metin ve vaka analizleri üzerinden değerlendirilir.		

DERS İÇERİĞİ / PROGRAMI

Hafta	Başlık	Uygulanış (Teori/Pratik)	Gerekli Okuma / Ön Hazırlık
1	Müfredat incelemesi: ders gereksinimleri, ödev ve değerlendirme politikaları ve okuma listesi.	-	
2	Retoriğe Giriş: Retorik Nedir? İkna, Medya ve Güç	T	Barnett S. (2016). Rhetorical realism. New York: Routledge
3	Antik Yunan'da Retoriğin Doğuşu	T	Kömürcü, K. (2014). Antik Yunan'da Retorik Algisi. Felsefe Dünyası, (59), 113-131.
4	Aristoteles ve Retoriğin Sistemleşmesi	T	Ott, Dickinson G. (2013). The Routledge reader in rhetorical criticism. New York: Routledge
5	19. Yüzyılda Retoriğin Yeniden Keşfi	T	Ott, Dickinson G. (2013). The Routledge reader in rhetorical criticism. New York: Routledge
6	20. Yüzyıl ve Kitle Medyası	T	Ott, Dickinson G. (2013). The Routledge reader in rhetorical criticism. New York: Routledge
7	Genel Tekrar Vize Sınavları	T	
8	Görsel Retorik: İmgenin İkna Gücü	T	Ott, Dickinson G. (2013). The Routledge reader in rhetorical criticism

9	Propaganda, Algı ve Manipülasyon	T	Young R. O. (2017). Persuasive Communication. London: Routledge, Taylor & Francis Group
11	Kurumsal İletişimde Retorik ve İtibar	T	Young R. O. (2017). Persuasive Communication. London: Routledge, Taylor & Francis Group
12	Reklam ve retorik	T	Batı U. (2019). Reklamın Dili. İstanbul: Alfa
13	Dijital Retorik ve Sosyal Medya	T	Ott, Dickinson G. (2013). The Routledge reader in rhetorical criticism. New York: Routledge
14	Genel Tekrar		
15	Final Sınavı		

Gerekli Ders Malzemeleri /Okumalar /Kitaplar	Batı U. (2019). Reklamın Dili. İstanbul: Alfa. HF5323 .B385 2019 c.2 Barnett S., . (2016). Rhetorical realism. New York: Routledge. P301 .B355 2016 Ott, Dickinson G., . (2013). The Routledge reader in rhetorical criticism. New York: Routledge. PN4096 .R68 2013 Young R. O., . (2017). Persuasive Communication. London: Routledge, Taylor & Francis Group. HF5718 .Y686 2017	
Tavsiye Edilen Ders Malzemeleri /Okumalar /Kitaplar	Aristoteles (2024). Retorik. İstanbul: Yapı Kredi yayınları.	
DEĞERLENDİRME		
Öğrenme Etkinlikleri	Sayı	Ağırlık %
Vize Sınavı	1	40
Kısa Sınav	-	-
Ödev	-	-
Proje	-	-
Alan Araştırması	-	-
Sunum / Seminer	-	-
Stüdyo Çalışması	-	-
Diğerleri (Yoklama)	-	-
Tartışma	-	-
Final Sınavı / Final Projesi /Tezin Final Notuna Katkısı	1	60
TOPLAM		100

Sayı	Ders Öğrenme Çıktıları	Katkı seviyesi (1-en düşük/ 5- en yüksek)				
		1	2	3	4	5
1	İletişim alanının tarihsel gelişimini, temel kavram, kuram ve araştırma yöntemlerini bilir.					√
2	Temel tasarımın ilke ve elemanlarını bilir.	√				
3	Yeni medya tarihi, kuram ve kuramcıları hakkında bilgi sahibi olur.		√			
4	Yeni medyanın yapısal, yönetsel ve teknik özelliklerini bilir.		√			
5	Dijital dünyadaki gelişmeleri ve format değişimlerini takip edebilir ve bunlara uyum sağlayarak oluşturulan multimedya prodüksiyonlarında uygulayabilir.		√			
6	Yeni medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibidir.					√
7	Görsel kültürün çeşitli küresel biçimlerinde etkisi ve önemi hakkında bir anlayış oluşturabilir.					√
8	Alana ilişkin yasa, yönetmelik, mevzuat, ve mesleki etik değerler konusunda bilgi sahibidir.					√
9	Yeni medya içeriklerini anlama ve eleştirel olarak analiz etme becerisine sahiptir.					√
10	Dijital platformlar için verileri analiz ederek içerik üretime ve yönetme ile ilgili ortamları tasarlar, uygular ve geliştirir.		√			
11	Oluşturulan çalışmalarla çeşitli dijital platformlarda farklı küresel formlarda iletişim kurabilme ve pazarlayabilmeyi öğrenir.	√				
12	Yeni medya alanındaki araştırma yöntem ve tekniklerini kullanabilme becerisine sahiptir.					√
13	Görsel tasarım konularında dijital platformları etkin biçimde kullanma becerisine sahiptir.	√				
14	Yeni medya alanındaki iletileri eleştirel bakış açısıyla ele alma ve çözümleme yetkinliğine sahiptir.	√				
15	Proje aşamasında araştırma, planlama, uygulama ve raporlama yetkinliğine sahiptir.					√
16	Yeni medya ürünlerini; yaratıcı düşünce, girişimcilik ve özgün bakış açısıyla geliştirme yetkinliğine sahiptir.		√			
17	Ürettiği eserlerin araştırma, tez, haber makaleleri, filmler web siteleri, fotoğraf denemeleri ve animasyonlar içeren kapsamlı bir dijital portfolyo haline getirme ve sunma yetkinliğine sahiptir.	√				

18	Yapay zekanın, yeni medya ekosistemine etkilerini değerlendirir; makine öğrenmesi, doğal dil işleme ve bilgisayarda görme vb. tekniklerini kullanarak yaratıcı içerik üretimi, dağıtım ve etkileşim süreçlerini bilir, uygular ve analiz eder.	√					
19	Yapay zekayı çalışmalarına dahil ederken etik boyutları analiz etme becerisine ve etik davranma sorumluluğuna sahiptir.	√					

ECTS / ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ				
AKTİVİTE	SAYI	BİRİM	SAAT	TOPLAM (İŞ YÜKÜ)
Ders Öğretim saati (x hafta * toplam ders saati)	14		3	42
Ön hazırlık ve bireysel çalışma	14		2	28
Vize Sınavı	1		20	20
Kısa Sınav	-		-	-
Ödev	-		-	-
Proje	-		-	-
Alan Araştırması	-		-	-
Sunum / Seminer	-		-	-
Stüdyo Çalışması	-		-	-
Final Sınavı / Final Projesi / Tez	1		30	30
Diğer	-		-	-
Toplam İş Yüğü	-		-	120
Toplam İş yüğü / 25	-		-	4.8
ECTS				5

DERS İLE İLGİLİ ETİK KURALLAR

Yasal İntihal Uyarısı

Tespit edilen ve tespit edilmeyen intihal, herhangi bir zamanda ciddi bir suçtur ve diploma ile gelecekteki profesyonel yaşamınız üzerinde yıkıcı bir etkiye sahip olabilir.

Kaynaklarınızı iyice tanımladığınızdan ve tanıdığınızdan emin olursanız, doğrudan kaynaklarınızdan kelime kelime olarak alınan görsel örneklerden, tasarımlardan veya notlardan kopyalamazsanız intihalden kaçınmak kolaydır.

	SDG 1: Yoksulluğa Son	
	SDG 2: Açlığa Son	
	SDG 3: Sağlık ve Kaliteli Yaşam	
	SDG 4: Nitelikli Eğitim	√
	SDG 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği	√
	SDG 6: Temiz Su ve Sanitasyon	
	SDG 7: Erişilebilir ve Temiz Enerji	
	SDG 8: İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme	
	SDG 9: Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı	
	SDG 10: Eşitsizliklerin Azaltılması	
	SDG 11: Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar	
	SDG 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim	
	SDG 13: İklim Eylemi	
	SDG 14: Sudaki Yaşam	
	SDG 15: Karasal Yaşam	
	SDG 16: Barış Adalet ve Güçlü Kurumlar	
	SDG 17: Amaçlar İçin Ortaklıklar	

DEĞERLENDİRME DETAYLARI VE DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ:

Final Notları, yukarıda belirtilen Ders Öğrenme etkinlikleri ve Final sınavı değerlendirme detaylarına göre belirlenir ve Üniversite tarafından belirlenen Eğitim ve Sınav Yönetmeliğine uygun olarak belirlenir.

HAZIRLAYAN Dr. Öğretim Üyesi Serpil Karaaslan

GÜNCELLEME 02.03.2026

ONAY