

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI  
DERS BİLGİ FORMU**

Dersin Ayrıntıları				
Dersin Kodu	Sınıfı			Yarıyılı
ICMR103	2021-2022			1
Dersin Adı	T	U	L	AKTS
İletişim Araştırma Yöntemleri	5	0	0	5
Dersin Dili	İngilizce			
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans	x	Doktora	
Anabilim Dalı/Programı	Uluslararası İletişim ve Medya Araştırmaları			
Eğitim Türü	Örgün Eğitim (%60), Uzaktan Eğitim (%40)			
Dersin Türü	Zorunlu	x	Seçmeli	
Dersin Amacı	Dersin amacı, öğrencileri iletişim biliminde ampirik çalışmalar için araştırma yöntemlerinin teorisi ve pratiğiyle tanıştırmaktır.			
Dersin İçeriği	Bilimsel çalışma tekniklerine (literatür araştırma teknikleri, iş akışlarını yapılandırma, alıntı yapma, araştırma etiği vb.) girişten sonra seminer, ampirik araştırmanın teorik temellerini öğretir. Anket, içerik analizi ve gözlem gibi nitel ve nicel veri toplama yöntemleri hakkında temel bilgiler sağlar. Ayrıca, deneysel iletişim araştırmasının temel araştırma tasarımları (kesitsel/boylamsal çalışmalar, deneyler) ve araştırma sürecinin aşamaları tanıtılır ve bir araştırma projesinde uygulanır.			
Ön Koşulları	–			
Dersin Koordinatörü	–			
Dersi Veren(ler)	Asst.-Prof. Dr. Aynur Sarısakaloğlu			
Dersin Yardımcılar(ı)	Sefa Pala M.A.			
Dersin Staj Durumu	–			
Ders Kaynakları				
Ders Notu	Allen, M., Titsworth, S., & Hunt, Stephen K. (2009). Quantitative research in communication. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. Baxter, L. A., & Babbie, E. (2004). The basics of communication research. Belmont, CA: Wadsworth & Thomson Learning. Flick, U. (2018). The Sage handbook of qualitative data collection. London: Sage Publications. Bruhn Jensen, K. (2020). A handbook of media and communication: Qualitative and quantitative methodologies. London: Routledge. King, N., Horrocks, C., & Brooks, J. (2019). Interviews in qualitative research. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. Krippendorff, K. (2004). Content analysis: An introduction to its methodology. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. Tashakkori, A., & Charles T. (2010). Handbook of mixed methods in social & behavioral research. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.			
Diğer Kaynaklar	–			

“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI  
DERS BİLGİ FORMU

Materyal Paylaşımı			
Dokümanlar	PPT Slaytlar		
Ödevler	–		
Sınavlar	–		
Dersin Yapısı			
Sosyal Bilimler			%100
Fen Bilimleri			%
Mühendislik Bilimleri			%
Alan Bilgisi			%
Değerlendirme Sistemi			
		Sayısı	Katkı Oranı (%)
Ara Sınav			
Kısa Sınav			
Ödev			
Devam		14	10
Uygulama		1	30
Proje		1	60
Yarıyıl Sonu Sınavı			
		<b>Toplam</b>	<b>100</b>
AKTS İş Yüğü Dağılımı Tablosu			
	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü (Saat)
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	4	56
Ödevler			
Sunum/Seminer Hazırlama	1	16	16
Ara Sınavlar			
Uygulama			
Laboratuvar			
Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	50
		<b>Toplam İş Yüğü</b>	<b>150</b>
		<b>AKTS Kredisi (Toplam İş Yüğü / 30)</b>	<b>5</b>
Dersin Öğrenim Çıktıları			
1	Öğrenciler, nitel ve nicel araştırma tasarımları geliştirme yeterliliğine sahiptir.		

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI**  
**DERS BİLGİ FORMU**

2	Seminer, öğrencilerin araştırma sorularını formüle etmek ve ele almak için edinilen iletişim bilimi veri toplama yöntemlerini başarıyla uygulamalarını sağlar.					
3	Öğrenciler, araştırma sonuçlarını uluslararası düzeyde uyumlu bir düzeyde sunabilir ve belgeleyebilirler.					
<b>Ders Konuları</b>						
1	İletişim araştırması yöntemlerine giriş: Deneysel iletişim araştırmasının uygunluğu, merkezi kavramlar, öğrenme hedefleri, seminer programı, gereksinimler ve ödevler					
2	Bilimsel çalışma teknikleri: Literatür araştırma teknikleri, iş akışları, alıntı, araştırma etiği, araştırmanın kalite kriterleri, bilimsel yazım standartları					
3	Ampirik iletişim araştırması kavramları					
4	Nitel ve nicel iletişim araştırması, betimleyici ve açıklayıcı iletişim araştırması					
5	Ampirik araştırma sürecinin aşamaları, örnekleme yöntemleri (tam ve kısmi anket, rastgele örnekleme, kasıtlı örnekleme yöntemleri, çok aşamalı örnekleme yöntemleri)					
6	Araştırma yöntemi olarak anket I: Bilimsel olmayan ankete karşı bilimsel anket, uygulama alanları, soru formülasyon teknikleri, ölçüm ve ölçek düzeyi, soru türleri ve anket oluşturma					
7	Araştırma yöntemi olarak anket II: Anket türleri, anket modu, araştırma süreci					
8	Bir araştırma yöntemi olarak içerik analizi: Nitel içerik analizine karşı nicel içerik analizi, içerik analizinin uygulama alanları, kategoriler (içerik ile ilgili, resmi kategoriler), kodlama şeması, araştırma süreci					
9	Otomatik içerik analizi: Uygulama alanları, uygulama, olasılıklar ve sınırlamalar					
10	Araştırma yöntemi olarak gözlem: Gözlemin uygulama alanları, gözlem çeşitleri, gözlem protokolü, araştırma süreci					
11	Araştırma yöntemi olarak deney: Uygulama alanları, deney türleri, araştırma tasarımları, araştırma süreci					
12	Araştırma projelerinin sunumu I					
13	Araştırma projelerinin sunumu II					
14	Seminerin özeti ve değerlendirilmesi					
<b>Dersin Program Çıktılarına Katkısı (1-5)</b>						
	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>P6</b>
1	5	5	5	5	4	5
2	5	5	5	5	4	5
3	5	5	5	5	4	5
<b>Katkı Oranı:</b> 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek						
<b>Hazırlayan:</b>	Asst.-Prof. Dr. Aynur Sarısakaloğlu					
<b>Güncelleme Tarihi:</b>	20. 06. 2021					

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI  
DERS BİLGİ FORMU**

Program Çıktıları	
P1	Mezunlar, iletişim ve medya çalışmaları alanlarında derin teorik ve metodolojik bilgiye sahip olurlar.
P2	Yüksek Lisans programı mezunları, iletişim ve medya alanında niteliksel ve niceliksel deneysel araştırmaları bağımsız olarak planlamak, yürütmek, değerlendirmek ve raporlamak için yetkinlik kazanırlar.
P3	Mezunlar, sosyal olarak ilgili araştırma sorularını formüle etmek, işlemek ve medya iletişim süreçlerini eleştirel olarak analiz etmek için iletişim ve medya çalışmaları alanında edinilen temel kavramları, teorileri ve yöntemlerini başarıyla kullanma becerisine sahip olurlar.
P4	Yüksek Lisans programı, mezunların disiplinlerarası yaklaşımlar da dahil olmak üzere çeşitli alanlarındaki sorunlar üzerinde uluslararası uyumlu bir düzeyde çalışabilmelerini sağlar.
P5	Mezunlar, medya iletişiminin uluslararası ve kültürlerarası alanlarının yanı sıra, iletişim ve medya araştırmalarındaki son eğilimleri kavrayabilir ve yansıtabilir.
P6	Yüksek Lisans programı, mezunlarına akademik çalışma ve uygulama alanında yetkinlik kazandırır.