

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	CONSUMER CULTURE THEORIES / CONSUMER CULTURE THEORIES	
Ders Kodu / Course Code	9204015202016	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Second Cycle / Second Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu ders, tüketim kültürü alanında yapılmış en önemli araştırmaların genel tanımını yapmaktadır. Tüketim Kültürü Teorisi araştırmalarının öğretileri tüketici kimlik projeleri, pazar yeri kültürleri, tüketimin sosyo-tarihsel gelişimi, pazaryeri ideolojileri gibi konulara yönelmektedir. Bu derste farklı disiplin ve teoriler kullanılarak tüketici eylemleri, pazaryeri ve kültürel anlamlar arasındaki dinamik ilişki ortaya konulmaktadır.	The course provides a general description of the most important research streams available in the field of consumer culture research. The tenets of Consumer Culture Theory (CCT) research are aligned with consumer identity projects, market place cultures, the sociohistorical patterning of consumption, market place ideologies. In this course, we will explore the dynamic relationships among consumer actions, the market places and cultural meanings using theories and methods from multiple disciplines.
İçeriği / Content	Bu derste tüketimin sosyal yaşamın temel şekli olduğunun önemi işlenecek, günümüz tüketim toplumunun tarihsel gelişimi ve doğası analiz edilecek ve modern toplumdaki çeşitli tüketim şekillerinin onları düzenleyen sosyal güçlere dayanarak tartışılacaktır.	This course includes highlighting the significance of consumption as a major form of social life, analysing the nature and historical development of contemporary consumer society and outline the various configurations of consumption in modern society depending on social forces which exist to regulate them.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	<ul style="list-style-type: none"> •Arnould, Eric J. & Craig J. Thompson (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research, Journal of Consumer Research, 31(4), 868-882. •Joseph Turow & Matthew Mcallister (eds). The Advertising and Consumer Culture Reader, New York and London: Routledge, (2009) •Don Slater, Consumer Culture and Modernity, London, Sage, (1997) •Grant McCracken, Culture and Consumption, First Midland Book, America, (1988) •Antony Giddens, Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age, Stanford University Press, (1991) 	<ul style="list-style-type: none"> •Arnould, Eric J. & Craig J. Thompson (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research, Journal of Consumer Research, 31(4), 868-882. •Joseph Turow & Matthew Mcallister (eds). The Advertising and Consumer Culture Reader, New York and London: Routledge, (2009) •Don Slater, Consumer Culture and Modernity, London, Sage, (1997) •Grant McCracken, Culture and Consumption, First Midland Book, America, (1988) •Antony Giddens, Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age, Stanford University Press, (1991)
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğretim Üyesi Elif ÜSTÜNDAĞLI ERTEN	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Tüketim kültürü gelişim sürecini anlamak	To understand the development process of consumer culture
2	Tüketim kültürü pratiklerini eleştirel bir şekilde analiz edebilmek	To be able to critically analyse the consumer culture practices

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Tüketim Kültürü Teorisine Giriş				
	Introduction to Consumer Culture Theory				
2	Modernite, Postmodernite, Çoğul Modernlikler				
	Modernity, Postmodernity, Multiple Modernities				
3	Tüketim Kültürü-Tüketim Toplumu				
	Consumption Culture - Consumer Society				
4	Modernite, Postmodernite: Türkiye Bağlamı				
	Modernity, Postmodernity: Turkish Context				
5	Tüketim Kültürü Teorisine Giriş				
	Introduction to Consumer Culture Theory				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Tüketim, Kimlik ve Anlamlar				
	Consumption, Identity and Meanings				
7	Tüketim, Etnisite ve Kimlik				
	Coconsumption, Ethnicity and Identity				
8	Ara Sınav				
	Midterm Exam				
9	Tüketim, Beden, Benlik				
	Consumption, Body and Self				
10	Tüketim, Müzakere, Sosyalleşme, Pazaryeri Performansı				
	Consumption, Negotiation, Socialization and Market Performance				
11	Marka, Markalaşma, Kimlik ve Tüketim				
	Brand, Branding, Identity and Consumption				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Yeniden Üretim, Anlamlandırma, Yorumlama				
	Re-Production, Explanation, Interpretation				
13	Küresel Mobilite				
	Global Mobility				
14	Aktivizm ve Toplumsal Cinsiyet				
	Activism and Gender				
15	Dijital Çağ ve Tüketim Kültürü - Yeni Pazaryerleri				
	Digital Age and Consumer Culture - New Marketplaces				
16	Final Sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	3.00	60.00
Okuma / Reading	14	2.00	28.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Ara Sınav için Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	20	2.00	40.00
Derse Katılım / Attending Lectures	16	3.00	48.00
Toplam / Total:	72	14.00	180.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 180.00/30.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 180.00 / 30.00 = 6.00 ~ 6.00

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes																
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15	1.1.16	1.1.17
1.Tüketim kültürü gelişim sürecini anlamak / To understand the development process of consumer culture	4	4	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
2.Tüketim kültürü pratiklerini eleştirel bir şekilde analiz edebilmek / To be able to critically analyse the consumer culture practices	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	3

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high