

EHIR201 - Basic Advertising / Basic Advertising

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Basic Advertising / Basic Advertising	
Ders Kodu / Course Code	EHIR201	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	7.00	
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	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Reklamcılığın temel kavramlarının, tarihsel gelişiminin, reklam ortamlarının, dijital reklamcılığın, reklam kuramlarının, reklamın işleyiş sürecinin ve modellerinin kapsamlı olarak anlaşılmasını sağlamaktır. Reklam yaratma sürecine öğrenciyi hazırlamak.	To provide a comprehensive understanding of the basic concepts of advertising, its historical development, advertising environments, digital advertising, advertising theories, the process and models of advertising. To prepare the student for the advertising creation process.
İçeriği / Content	Reklamcılığın günümüze değin gelişen ve değışen yapısını ortaya koymak. Reklamın kavramsal ve kuramsal açıdan ele alınması, Reklamın modellerin incelenmesi, reklam sürecini ve ajans yapısını incelenmesi. Reklamın yasal boyutunun incelenmesi. Dünyadan ve Türkiye'den önemli reklamların incelenmesi. Reklamcılık ödüllerinin incelenmesi.	To reveal the developing and changing structure of advertising from past to present. Conceptual and theoretical treatment of advertisement, Analysis of advertisement models, analysis of advertisement process and agency structure. Examining the legal dimension of advertising. Examination of important advertisements from the world and Turkey. Examination of advertising awards.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ders notları, Güncel makaleler, Wells, Moriarty, Burnett, Advertising, 2007, Pearson International. Nurhan Babür Tosun vd., Reklam Yönetimi, 2018, İstanbul: Beta Basım Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık, 2009, İstanbul: Say Yayınları Muazzez Babacan, Nedir Bu Reklam?, 2008, İstanbul: Beta Basım	Lecture notes. Current articles, Wells, Moriarty, Burnett, Advertising, 2007, Pearson International. Nurhan Babür Tosun vd., Reklam Yönetimi, 2018, İstanbul: Beta Basım Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık, 2009, İstanbul: Say Yayınları Muazzez Babacan, Nedir Bu Reklam?, 2008, İstanbul: Beta Basım
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğretim Üyesi Fatma Kamilođlu	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenci reklama ilişkin temel kavram ve kuramları tanımlayabilecektir.	The student will be able to define the basic concepts and theories of advertising.
2	Öğrenci reklamın yapısını ve işleyiş sürecini tanımlayabilecektir.	The student will be able to define the structure and functioning process of the advertisement.
3	Öğrenci reklam ortamlarına ilişkin teorik bilgiyi uygulamaya uyarlayabilecektir.	The student will be able to apply the theoretical knowledge of advertising media to practice.
4	Öğrenci reklamın tarihsel gelişimini tanımlayabilecektir.	The student will be able to define the historical development of advertising.
5	Öğrenci reklam ajanslarının yapısı ve işleyişi ile ilgili değerlendirme yapabilecektir.	The student will be able to evaluate the structure and functioning of advertising agencies.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dersin içeriği hakkında bilgiler ve marka kavramı				
	Information about the content of the course and the concept of the brand				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kavramı, Pazarlama ve marka iletişimi ile ilişkisi				
	Advertising concept, its relationship with Marketing and brand communication				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın kavramsal çerçevesi ve özellikleri, türleri				
	Conceptual framework and features of advertising, its types				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın amaçları ve işlevleri				
	Advertising purposes and functions				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın tarihsel gelişimi (Dünyada ve Türkiye'de)				
	Historical development of advertising (in the world and in Turkey)				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Reklamın modelleri-1				
	Models of advertisement-1				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam modelleri-2				
	Models of advertisement-2				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Vize				
	Mid-term				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın diğer bilimlerle ilişkisi				
	Relationship with other disciplines				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanya süreci				
	Advertising campaign process				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ortamları				
	Advertising environment				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Reklam ortamları ve Yeni medya reklamcılığı				
	Advertising environment and new media advertising				
13	Reklam ödülleri ve ödüllü reklamlar				
	Advertising awards and rewarded ads				
14	Reklam ajanslarının organizasyon yapısı ve işleyişi				
	The organizational structure and functioning of advertising agencies				

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)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	20.00	20.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	20.00	20.00
Derse Katılım / Attending Lectures	1	20.00	20.00
Final Sınavı / Final Examination	1	35.00	35.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	20.00	20.00
Okuma / Reading	1	25.00	25.00
Tartışma / Discussion	1	35.00	35.00
Toplam / Total:	7	175.00	175.00

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.Öğrenci reklama ilişkin temel kavram ve kuramları tanımlayabilecektir. / The student will be able to define the basic concepts and theories of advertising.	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
2.Öğrenci reklamın yapısını ve işleyiş sürecini tanımlayabilecektir. / The student will be able to define the structure and functioning process of the advertisement.	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
3.Öğrenci reklam ortamlarına ilişkin teorik bilgiyi uygulamaya uyarlayabilecektir. / The student will be able to apply the theoretical knowledge of advertising media to practice.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
4.Öğrenci reklamın tarihsel gelişimini tanımlayabilecektir. / The student will be able to define the historical development of advertising.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
5.Öğrenci reklam ajanslarının yapısı ve işleyişi ile ilgili değerlendirme yapabilecektir. / The student will be able to evaluate the structure and functioning of advertising agencies.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5

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