

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Advertising / Advertising	
Ders Kodu / Course Code	ÜS1610.3B	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Pre-Bachelor / Pre-Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	2.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Normal Education / Normal Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	yok	yok
Amacı / Purpose	Reklamcılık dersinin temel amacı, öğrencilere reklamın temel kavramlarını, stratejilerini, ve uygulamalarını öğretmek, reklamın işletmeler ve tüketiciler üzerindeki etkisini anlamalarını sağlamaktır.	The main purpose of the advertising course is to teach students the basic concepts, strategies and applications of advertising and to enable them to understand the impact of advertising on businesses and consumers.
İçeriği / Content	Reklamın Tanımı ve Tarihçesi, Reklamın Rolü ve Önemi, Reklam Stratejisi ve Planlama, Hedef Kitle Analizi, Reklam Mesajı ve Yaratıcılık, Reklam Medyası ve Yayılması, Yasal ve Etik Konular, Reklam Kampanyalarının Değerlendirilmesi, Kreatif Süreç ve Reklamda Yaratıcılık	Definition and History of Advertising, Role and Importance of Advertising, Advertising Strategy and Planning, Target Audience Analysis, Advertising Message and Creativity, Advertising Media and Dissemination, Legal and Ethical Issues, Evaluation of Advertising Campaigns, Creative Process and Creativity in Advertising
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	yok	none
Staj Durumu / Internship Status	yok	none
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ders notları	lesson notes
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr.Gör.Fatma Betül KARACA	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlama iletişimde reklamın yerini açıklayabilir, reklam ve türlerini tanımlayabilir.	Explain the place of advertising in marketing communications and define advertisements and their types.
2	Pazarlama karması elamanlarının iletişim boyutlarını açıklar.	Explains the communication dimensions of marketing mix elements.
3	Reklamın işleyişiyle ilgili temel kavramları ifade eder.	It expresses the basic concepts about the functioning of advertising.
4	Reklam ajanslarının rol ve işlevlerini açıklar.	Explains the roles and functions of advertising agencies.
5	Reklamcılık kurumlarını tanıır.	Recognizes advertising institutions.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama iletişimi ve reklam				
	Marketing communications and advertising				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın işlevleri ve reklam türleri.				
	Functions of advertising and types of advertising.				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama karması elemanlarının iletişim boyutları.				
	Communication dimensions of marketing mix elements.				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bütünleşik pazarlama iletişiminin özellikleri.				
	Features of integrated marketing communication.				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın işleyişiyle ilgili temel kavram, kuram ve modeller.				
	Basic concepts, theories and models regarding the functioning of advertising.				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ajanslarının rol ve işlevleri				
	Roles and functions of advertising agencies				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılık kurumları.				
	Advertising institutions.				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	ARASINAV				
	midterm exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yaratıcı reklam stratejileri geliştirme.				
	Developing creative advertising strategies.				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılıkta tüketici karar verme süreci.				
	Consumer decision-making process in advertising.				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam planlama süreci				
	Advertising planning process				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam mesaj stratejisi				
	Advertising message strategy				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama dinamikleri ve reklamdan beklentiler.				
	Marketing dynamics and expectations from advertising.				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama dinamikleri ve reklamdan beklentiler.				
	Marketing dynamics and expectations from advertising.				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Genel tekrar				
	An overview				

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	1.00	1.00
Beyin Fırtınası / Brain Storming	12	3.00	36.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	28	7.00	66.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 66.00/30.00 = 2.20 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 66.00 / 30.00 = 2.20 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes									
	1.1.1	2.1.1	3.1.1	3.1.2	3.2.1	3.2.2	3.3.1	3.3.2	3.4.1	3.4.2
1.Pazarlama iletişimde reklamın yerini açıklayabilir, reklam ve türlerini tanımlayabilir. / Explain the place of advertising in marketing communications and define advertisements and their types.	2	2	1	4	1	3	3	4	2	4
2.Pazarlama karması elamanlarının iletişim boyutlarını açıklar. / Explains the communication dimensions of marketing mix elements.	4	3	2	3	4	2	4	2	2	2
3.Reklamın işleyişiyle ilgili temel kavramları ifade eder. / It expresses the basic concepts about the functioning of advertising.	3	4	4	3	3	2	3	2	2	2
4.Reklam ajanslarının rol ve işlevlerini açıklar. / Explains the roles and functions of advertising agencies.	3	2	2	4	2	4	2	3	3	3
5.Reklamcılık kurumlarını tanıır. / Recognizes advertising institutions.	1	2	3	4	4	2	4	2	4	3

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