

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	ADVERTISING / ADVERTISING	
Ders Kodu / Course Code	UBYS2072014275	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	3.00	
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	Formal Education / Formal Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı öğrencinin reklamcılık konusunda bilgi edinmesini sağlayarak, reklamın medya sektörü içindeki yerinin kavranmasını sağlamaktır.	The purpose of this course students by providing information about the advertising of the ad is to provide an understanding of its place in the media industry
İçeriği / Content	Ders kapsamında reklamcılık kavramı, dünyada ve Türkiye'de reklamcılığın gelişimi, gazete-tv reklamcılığı, internet reklamcılığı ve medya planlaması konularına değinilecektir.	During the course of advertising concepts, in Turkey and in the world of advertising development, newspaper-TV advertising, internet advertising and media planning issues will be discussed.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	TV reklamcılığı, A. Ziya Özgür, Der Yayınları, 1994, İstanbul Reklamcılık yaşantım ve bilimsel reklamcılık, Claude. C. Hopkins, YKY, İstanbul,	TV reklamcılığı, A. Ziya Özgür, Der Yayınları, 1994, İstanbul Reklamcılık yaşantım ve bilimsel reklamcılık, Claude. C. Hopkins, YKY, İstanbul
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. İlkay UĞUR	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Üretim ve tüketim felsefesi anımsar ve söyler.	Production and consumption remembers and tells philosophy.
2	Reklamcılık faaliyetleri ve medya planlamasının sektörel etkilerini açıklar.	Advertising and media planning activities of the sectoral Explain the effects.
3	Televizyon, radyo, internet reklamcılık türlerini açıklar.	Television, radio, internet advertising describes the types
4	Reklam pazarlaması kavramını bilir.	Knows the concept of advertising and marketing.
5	Bir tüketici ve birey olarak medyanın manipülasyonuna karşı direnebilme konusunda bilinç sahibi olur.	And members of the media as a consumer awareness will have to resist the manipulations.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tanışma ve ders içeriği hakkında bilgi verme				
	Meet and provide information about course content				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kavramı ve tanımları				
	Advertising concepts and definitions				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dünyada reklamcılık ve gelişimi				
	And development in the world of advertising				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Türkiye'de reklamcılık ve gelişimi				
	Advertising and development in Turkey				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Gazete Reklamcılığı				
	Newspaper Advertising				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	TV reklamcılığı				
	TV advertising				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam pazarlaması				
	Advertising marketing				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara sınav.				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam yapım maliyetleri				
	Advertising production costs				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam yayın maliyetleri (gazete, tv, radyo vb)				
	Advertising costs publications (newspapers, TV, radio.)				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İnternet reklamcılığı				
	Internet advertising				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlaması				
	Media Planning				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlaması				
	Media Planning				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanyaları				
	Advertising campaigns				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda etik ve sektörde yaşanan sorunlar				
	Ethical issues in Advertising and experienced in the industry				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem sonu sınavı.				
	End-of-term exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	40
Derse Katılım / Attending Lectures	14	20
Bireysel Çalışma / Self Study	14	20
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	14	20
Toplam / Total:	43	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40
	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	14	40
Final Sınavı / Final Examination	1	60
Toplam / Total:	15	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	14.00	14.00
Final Sınavı / Final Examination	1	14.00	14.00
Bireysel Çalışma / Self Study	14	2.00	28.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	14	1.00	14.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	14	1.00	14.00
Toplam / Total:	44	32.00	84.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 84.00/30.00 = 2.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 84.00 / 30.00 = 2.80 ~			

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.Üretim ve tüketim felsefesi anımsar ve söyler. / Production and consumption remembers and tells philosophy.		3	3	3	1		3		5						
2.Reklamcılık faaliyetleri ve medya planlamasının sektörel etkilerini açıklar. / Advertising and media planning activities of the sectoral Explain the effects.		3	2	2	1		3		5						
3.Televizyon, radyo, internet reklamcılık türlerini açıklar. / Television, radio, internet advertising describes the types		3	2	3	1		3		5						
4.Reklam pazarlaması kavramını bilir. / Knows the concept of advertising and marketing.		3	3	2	1		3		5						
5.Bir tüketici ve birey olarak medyanın manipülasyonuna karşı direnebilme konusunda bilinç sahibi olur. / And members of the media as a consumer awareness will have to resist the manipulations.		3	2	2	1		3		5						

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	2.1.1	2.1.2	2.1.3	2.1.4	2.1.5	2.1.6	2.1.7	2.1.8	2.1.9	2.1.10	3.1.1	3.1.2	3.2.1	3.3.1	3.3.2
1.Üretim ve tüketim felsefesi anımsar ve söyler. / Production and consumption remembers and tells philosophy.					5	5		2							
2.Reklamcılık faaliyetleri ve medya planlamasının sektörel etkilerini açıklar. / Advertising and media planning activities of the sectoral Explain the effects.					5	5		2							
3.Televizyon, radyo, internet reklamcılık türlerini açıklar. / Television, radio, internet advertising describes the types					5	5		2							
4.Reklam pazarlaması kavramını bilir. / Knows the concept of advertising and marketing.					5	5		2							
5.Bir tüketici ve birey olarak medyanın manipülasyonuna karşı direnebilme konusunda bilinç sahibi olur. / And members of the media as a consumer awareness will have to resist the manipulations.					5	5		2							

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