

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Ad Analysis / Ad Analysis	
Ders Kodu / Course Code	OGRF272	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	1.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	2.00	
Haftalık Laboratuar 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	Bu dersin amacı, kuram ve bilimsel araştırma hakkında genel bilgileri tartışmak, televizyonda ve/veya internette yayınlanan ya da kullanıcı tarafından hazırlanan reklamların çözümlemesini yaparak, markanın strateji ve/veya taktiklerini anlamaktır. Dersi alanların reklamları farklı perspektiflere göre yorumlayabilmek, analiz edebilmesk, eleştirel bakış geliştirmeleri amaçlanmaktadır.	The aim of this course is to discuss general information about theory and scientific research, to understand the brand's strategy and/or tactics by analyzing advertisements broadcast on television and/or on the Internet or prepared by the user. The aim is for those who take the course to be able to interpret and analyze advertisements from different perspectives and develop a critical perspective.
İçeriği / Content	Bu ders kapsamında reklam olarak televizyon ve sosyal medya platformlarındaki video ve görsellerin çözümlemeleri yapılarak, tüketim toplumu tartışması yapılacaktır. Göstergebilim, psikanaliz gibi çeşitli yöntemlerden yararlanılarak reklam analizi yapılacak ve eleştirel bir bakış geliştirilmeye çalışacaktır. Ayrıca öğrencilerin kendi seçtikleri reklam örnekleriyle sunumlar yapılacaktır.	Within the scope of this course, videos and visuals on television and social media platforms will be analyzed as advertisements and the consumer society will be discussed. Advertisement analysis will be made using various methods such as semiotics and psychoanalysis, and a critical perspective will be tried to be developed. In addition, presentations will be made with advertising examples of the students' own choosing.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Baudrillard, Jean(2004).Tüketim Toplumu. Çev Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin.İstanbul:Ayrıntı Yayınları	Baudrillard, Jean(2004).Tüketim Toplumu. İstanbul:Ayrıntı Yayınları
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Döndü Toker	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Reklam ve reklamcılığa ilişkin kavramsal, plastik ve estetik bilgileri tanımlayabilme.	Being able to define conceptual, plastic and aesthetic information regarding advertising and advertising.
2	Reklamın tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olma.	To have information about the historical development of advertising.
3	Reklam ve reklamcılık ile ilgili geçmiş ve güncel, yerel ve evrensel tasarım üslupları hakkında fikir sahibi olma	To have an idea about past and current, local and universal design styles related to advertising and advertising.
4	Reklamın farklı dönemlerdeki ele alınış biçimlerini karşılaştırarak değerlendirebilme	Ability to evaluate advertising by comparing its handling in different periods
5	Reklamlara eleştirel bakabilmek ve farklı bakış açılarına göre değerlendirebilmek.	To be able to look at advertisements critically and evaluate them from different perspectives.
6	Reklam tasarımlarını işlevsellik ve estetik arasındaki denge açısından değerlendirebilme	To have knowledge about the production stages of advertising. 6-To be able to evaluate advertising designs in terms of the balance between functionality and aesthetics.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Derse Giriş ve Ders Planı				
	Lesson Introduction and Lesson Plan				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılık ve Reklam Nedir?			Tartışma, Soru- Cevap	
	What is Advertising and Advertising?			Discussion, Q&A	
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılığın İşlevi ve Bileşenlerine Ayırmak				
	The Function of Advertising and Dividing It into Its Components				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketim Toplumu ve Reklam				
	Consumer Society and Advertising				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Göstergebilimsel Okuma				
	Semiotic Reading				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Göstergebilimsel Okuma 2				
	Semiotic Reading 2				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Psikanalitik Okuma				
	Psychoanalytic Reading				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Toplumsal Cinsiyet Perspektifi				
	Gender Perspective				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamlarda İdeoloji				
	Ideology in Advertisements				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamlar ve Teknoloji				
	Advertisements and Technology				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	REKLAM ÇÖZÜMLEMESİ			Öğrenci Sunumu	
	ADVERTISING ANALYSIS			Student Presentation	
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	REKLAM ÇÖZÜMLEMESİ 2				
	ADVERTISING ANALYSIS				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Genel Tartışma ve Değerlendirme				
	General Discussion and Evaluation				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	40
Beyin Fırtınası / Brain Storming	1	5
Bütünleme Sınavı / Makeup Examination	1	5
Derse Katılım / Attending Lectures	1	5
Makale Kritik Etme / Criticising Paper	1	5
Okuma / Reading	1	5
Örnek Vaka İncelemesi / Case Study	1	5
Proje Hazırlama / Project Preparation	1	5
Proje Sunma / Project Presentation	1	5
Soru-Yanıt / Question-Answer	1	5
Takım/Grup Çalışması / Team/Group Work	1	5
Tartışma / Discussion	1	5
Toplam / Total:	12	95
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	60
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	30
Toplam / Total:	2	90
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:	DDS

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
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Ev Ödevi / Homework	1	8.00	8.00
Performans / Performance	1	19.00	19.00
Soru-Yanıt / Question-Answer	1	30.00	30.00
Makale Kritik Etme / Criticising Paper	1	16.00	16.00
Okuma / Reading	1	30.00	30.00
Örnek Vaka İncelemesi / Case Study	1	15.00	15.00
Toplam / Total:	8	120.00	120.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 120.00/25.00 = 4.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 120.00 / 25.00 = 4.80 ~			

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.Reklam ve reklamcılığa ilişkin kavramsal, plastik ve estetik bilgileri tanımlayabilme. / Being able to define conceptual, plastic and aesthetic information regarding advertising and advertising.	4	3	4	4	4	4	5	2	5	5	5	4	4	4
2.Reklamın tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olma. / To have information about the historical development of advertising.	5	3	4	3	5	3	3	4	4	2	2	4	3	4
3.Reklam ve reklamcılık ile ilgili geçmiş ve güncel, yerel ve evrensel tasarım üslupları hakkında fikir sahibi olma / To have an idea about past and current, local and universal design styles related to advertising and advertising.	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5
4.Reklamın farklı dönemlerdeki ele alınış biçimlerini karşılaştırarak değerlendirebilme / Ability to evaluate advertising by comparing its handling in different periods	4	5	3	5	2	3	3	4	5	5	4	2	5	5
5.Reklamlara eleştirel bakabilmek ve farklı bakış açılarına göre değerlendirebilmek. / To be able to look at advertisements critically and evaluate them from different perspectives.	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6.Reklam tasarımlarını işlevsellik ve estetik arasındaki denge açısından değerlendirebilme / To have knowledge about the production stages of advertising. 6-To be able to evaluate advertising designs in terms of the balance between functionality and aesthetics.	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	4

