

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Basic Advertising / Basic Advertising	
Ders Kodu / Course Code	OHIT159	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	4.00	
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	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Ön koşulu yoktur.	Not available
Amacı / Purpose	Reklama dair kavramsal ve kuramsal temel anlatıların aktarılması	Transferring conceptual and theoretical basic narratives about advertising
İçeriği / Content	Bu ders kapsamında Türk ve Dünya reklamcılığının tarihine değinilerek, günümüzde kullanılan reklam dili, reklam araçları, reklam türleri ve reklam uygulamalarına değinilerek hedef kitleye yönelik mesaj çekicilikleri konuları ele alınacaktır.	Within the scope of this course, the history of Turkish and World advertising will be mentioned, the advertising language used today, advertising tools, advertising types and advertising practices will be discussed, and message attractiveness for the target audience will be discussed.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Bulunmamaktadır.	Not available
Staj Durumu / Internship Status	15 iş günü	15 work days
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading		
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. Begüm Mutlu	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Reklamcılık disiplininin ilgili olduğu işletme, pazarlama, halkla ilişkiler, gazetecilik, hukuk ve alanının gerektirdiği diğer disiplinlerle ilgili kuramlar ve uygulamalar hakkında tam bilgi sahibi olmak	To have full knowledge of the theories and practices related to business, marketing, public relations, journalism, law and other disciplines required by the advertising discipline.
2	Farklı disiplinlere yönelik edindikleri bilgileri reklamcılık uygulamalarında kullanabilme, yorumlayabilme ve değerlendirebilme, sorunları tanımlayabilme ve analiz edebilme becerisine sahip olmak	To have full knowledge of the theories and practices related to business, marketing, advertising, journalism, law and other disciplines required by the advertising discipline.
3	Reklamcılık uygulamalarını gerçekleştirirken gerekli olan bilgi iletişim teknolojilerini başarı ile kullanabilme ve ilgili uygulamalar için gerekli olan modern teknikleri ve araçları etkin kullanabilmeyi öğrenmek	To learn how to successfully use information and communication technologies necessary for advertising practices and how to effectively use modern techniques and tools required for related applications.
4	Reklamcılık ile ilgili mesleki ortam ve araçları kullanarak, plan ve proje gerçekleştirme becerisine sahip olmayı öğrenmek	To learn to have the ability to realize plans and projects by using the professional environment and tools related to advertising.
5	Reklamcılık ile ilgili uygulamalarda öngörülme durumlarla karşılaşıldığında çözüm üretebilme, takımlarda veya bireysel çalışmalarda sorumluluk alabilme becerisi kazanmak	Gaining the ability to produce solutions when faced with unforeseen situations in advertising-related practices, to take responsibility in teams or individual studies.
6	Dijital içerik yönetimde kullanılan programların detaylı bilgisine sahip olmak ve teorik bilgiyi uygulamaya dökmek	To have detailed knowledge of the programs used in digital content management and to put the theoretical knowledge into practice
7	Mesleki ve etik sorumluluk bilincine sahip olmak	To have a sense of professional and ethical responsibility

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Temel Reklamcılık kavramlarına giriş, reklam nedir, reklamın tarihsel arka planı	Teorik			
	Introduction to Basic Advertising concepts, what is advertising, historical background of advertising	Theoretical			
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın özellikleri, reklam türleri, ve reklamın özelliklerinin kapsamlı olarak reklam uygulamaları, afişler, bilboardlar, filmler ve farklı sanat formların üzerinden örneklerle sınıf içi çalışmalarla açılması	Teorik			
	Exploring the features of the advertisement, types of advertisements, and the characteristics of the advertisement comprehensively with examples of advertisement applications, posters, billboards, films and different art forms with in-class studies	Theoretical			
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamların başka disiplinlerle ilişkileri Reklam ve yaratıcılık arasındaki ilişki, Başarılı reklamların özellikler, Başarılı reklam metinlerinin incelenmesi, Reklam sloganı kısaca brief oluşturulması ve uygulamaları Bu bağlamda reklamların kapitalist sistem ve düzenek içinde toplumsal, kültürel ve sosyolojik bağlamda değerlendirilmesi.	Teorik			
	Relationship of advertisements with other disciplines Relationship between advertising and creativity, Characteristics of successful advertisements, Examining successful advertisement texts, Briefing and applications of advertisement slogan.	Theoretical			
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamların marka değeri, jenerik stratejiler,	Teorik			
	Brand equity of advertisements, generic strategies,	Theoretical			
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam teorilerinin açılması , Başarılı reklamların hangi jenerik stratejiler ile ortaya konulduğu, reklam kampanyaları	Teorik			
	Opening of advertising theories, Which generic strategies are used for successful advertisements, advertising campaigns	Theoretical			

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam teorilerin tartışılması, Başarılı reklamların sınıf içi tartışmalarla çözümlenmesi	Teorik			
	Discussion of advertising theories, Analysis of successful advertisements with in-class discussions	Theoretical			
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sınav öncesi konuların genel tekrarı	Teorik			
	General repetition of the topics before the exam	Theoretical			
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 kampanyası planlama süreci, durum analizi ve SWOT analizi				
	Advertising campaign planning process, situation analysis and SWOT analysis				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanyası planlama süreci, mesaj stratejisinin oluşturulması, içgörü kavramı				
	Advertising campaign planning process, creation of message strategy, insight concept				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanyasında yaratıcı stratejiler				
	Creative strategies in advertising campaign				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve hedef kitle, yeni medya ve yeni tüketiciler				
	Advertising and target audience, new media and new consumers				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final proje briefinin verilmesi, brief okuma ve anlama süreci				
	Giving the final project brief, brief reading and understanding process				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Öğrenci sunumları				
	Student presentations				

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	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	14	2.00	28.00
Derse Katılım / Attending Lectures	5	5.00	25.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	49	1.00	49.00
Toplam / Total:	70	12.00	106.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 106.00/25.00 = 4.24 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 106.00 / 25.00 = 4.24 ~			

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.Reklamcılık disiplininin ilgili olduğu işletme, pazarlama, halkla ilişkiler, gazetecilik, hukuk ve alanının gerektirdiği diğer disiplinlerle ilgili kuramlar ve uygulamalar hakkında tam bilgi sahibi olmak / To have full knowledge of the theories and practices related to business, marketing, public relations, journalism, law and other disciplines required by the advertising discipline.	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	1	1	1
2.Farklı disiplinlere yönelik edindikleri bilgileri reklamcılık uygulamalarında kullanabilme, yorumlayabilme ve değerlendirebilme, sorunları tanımlayabilme ve analiz edebilme becerisine sahip olmak / To have full knowledge of the theories and practices related to business, marketing, advertising, journalism, law and other disciplines required by the advertising discipline.	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	1	1	1
3.Reklamcılık uygulamalarını gerçekleştirirken gerekli olan bilgi iletişim teknolojilerini başarı ile kullanabilme ve ilgili uygulamalar için gerekli olan modern teknikleri ve araçları etkin kullanabilmeyi öğrenmek / To learn how to successfully use information and communication technologies necessary for advertising practices and how to effectively use modern techniques and tools required for related applications.	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	1	1	1

4.Reklamcılık ile ilgili mesleki ortam ve araçları kullanarak, plan ve proje gerçekleştirme becerisine sahip olmayı öğrenmek / To learn to have the ability to realize plans and projects by using the professional environment and tools related to advertising.	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	1	1	1
5.Reklamcılık ile ilgili uygulamalarda öngörülme- yen durumlara karşılaşıldığında çözüm üretebilme, takımlarda veya bireysel çalışmalarda sorumluluk alabilme becerisi kazanmak / Gaining the ability to produce solutions when faced with unforeseen situations in advertising-related practices, to take responsibility in teams or individual studies.	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	1	1	1
6.Dijital içerik yönetiminde kullanılan programların detaylı bilgisine sahip olmak ve teorik bilgiyi uygulamaya dökmek / To have detailed knowledge of the programs used in digital content management and to put the theoretical knowledge into practice	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	1	1	1
7.Mesleki ve etik sorumluluk bilincine sahip olmak / To have a sense of professional and ethical responsibility	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1

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