

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Fashion Communication and Media / Fashion Communication and Media	
Ders Kodu / Course Code	OMOT276	
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	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	-	-
Amacı / Purpose	Dersin amacı öğrencinin moda iletişimi pazarlama çevresini tanıması ve perakende iletişimde bu Pazar çevresine göre stratejiler oluşturması ve moda markalarını tüketici ile nasıl buluşturması gerektiğini amaçlanmaktadır.	The aim of the course is to familiarize the student with the fashion communication marketing environment and to create strategies according to this market environment in retail communication and how to bring fashion brands together with the consumer.
İçeriği / Content	Moda iletişimi ve medya dersimizde hedef alınan moda tüketicilerine ulaşmada kullanılan moda iletişim araçlarının etkin kullanılması, hedef alınan pazara girme, moda pazarlama çevresi ve gelecekte moda reklamları ve uluslararası moda pazarlama iletişimi incelenmektedir.	In our fashion communication and media course, the effective use of fashion communication tools used to reach the targeted fashion consumers, entering the targeted market, the fashion marketing environment and future fashion advertisements and international fashion marketing communications are examined.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	-	-
Staj Durumu / Internship Status	-	-
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Fashion marketing communications Gayor Lae greenwood Fashion marketing and communication Olga mitterfellner	Fashion marketing communications Gayor Lae greenwood Fashion marketing and communication Olga mitterfellner
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. Ferhat DUMANLI	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenci moda pazarlama iletişimi unsurları öğrenecektir.	The student will learn the elements of fashion marketing communication.
2	Moda reklamları hakkında bilgi edinecektir.	Learn about fashion advertisements
3	Moda ticari pazarlama faaliyetlerini hakkında bilgi sahibi olacaktır.	Will have information about fashion commercial marketing activities.

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 stratejisi				
	Marketing strategy				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya kanalları ve araçları				
	Media channels and tools				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Moda Dergileri				
	Fashion Magazines				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Moda halkla ilişkiler				
	Fashion public relations				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Celebrity				
	Celebrity				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Moda perakende çevresi				
	Fashion retail environment				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ticari pazarlama iletişimi				
	Commercial marketing communication				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Mid-term				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası moda pazarlama iletişimi				
	International fashion marketing communication				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yasal düzenlemeler				
	Legal regulations				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Moda iletişimi etkilerini değerlendirme				
	Evaluating fashion communication effects				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Moda pazarlama iletişiminde gelecek yönü				
	Future direction in fashion marketing communication				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Moda reklamları				
	Fashion advertisements				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Finale hazırlık				
	Preparation to final exam				

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
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	7.00	7.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	3.00	42.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	7.00	7.00
Okuma / Reading	14	2.00	28.00
Toplam / Total:	32	23.00	88.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 88.00/25.00 = 3.52 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 88.00 / 25.00 = 3.52 ~			

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	1.1.16	1.1.17
1.Öğrenci moda pazarlama iletişimi unsurları öğrenecektir. / The student will learn the elements of fashion marketing communication.			3	2						3							
2.Moda reklamları hakkında bilgi edinecektir. / Learn about fashion advertisements				2						4							
3.Moda ticari pazarlama faaliyetlerini hakkında bilgi sahibi olacaktır. / Will have information about fashion commercial marketing activities.			3	2						5							

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