

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Television Advertising / Television Advertising	
Ders Kodu / Course Code	ERTS409	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	4.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	2.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Halkla İlişkiler Bölümü öğrencilerinin görev alacakları kurum ve kuruluşlarda medya ve medya planlaması yapma becerileri kazandırma	Public Relations Department students will gain media and media planning skills in institutions and organizations where they will work.
İçeriği / Content	İletişim bilgi ve becerileri kazanmak, medya hakkında detaylı bilgi edinmek, medya planlaması yaparken dikkat edilecek hususları öğrenmek ve reklam ve tanıtım yapabilecekleri medya kuruluşları hakkında bilgi sahibi olmak.	To gain communication knowledge and skills, to get detailed information about the media, to learn the points to be considered while planning media, and to have information about the media organizations where they can advertise and promote.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Medya Planlamasında en önemli hususlardan birisi olan reklam konusunda bilgi ve becerilerin artırılması yanında uygulamalı reklam taramaları yaptırmak.	To increase the knowledge and skills about advertising, which is one of the most important issues in Media Planning, as well as to have applied advertising scans.
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	E. Özgür GÖNENÇ, "Medya Dünyası", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2004 B.Zakir AVŞAR, Müge ELDEN, "Reklam ve Reklam Mevzuatı" RTÜK Yayınları, 2004 Mark TUNGATE, "Reklamcılığın Global Tarihi", Media Cat Kitapları, 2007 Ergün YOLCU, "Televizyon Reklamcılığı" Emek Matbaacılık, 2001	E. Özgür GÖNENÇ, "Media World", Istanbul University Communication Faculty Publications, 2004 B.Zakir AVŞAR, Müge ELDEN, "Advertising and Advertising Legislation" RTÜK Publications, 2004 Mark TUNGATE, "Global History of Advertising", Media Cat Books, 2007 Ergün YOLCU, "Television Advertising" Emek Matbaacılık, 2001
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğretim Üyesi Murat SOYSAL	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Televizyon Reklamcılığı dersinde Televizyon yayın dünyası için, reklam veren için, reklam ajansları için reklamın önemi vurgulanacaktır.	The importance of advertising for the television broadcast world, for the advertiser, for the advertising agencies will be emphasized in the Television Advertising course.
2	Temel olarak iletişim faaliyetlerinden birisi olan reklam ve tanıtımın önemi, ülke ekonomisine , sektörel kalkınmaya katkılara öğretilecektir.	Basically, the importance of advertising and promotion, which is one of the communication activities, will be taught to the national economy and to the contributions to sectoral development.
3	Radio, Televizyon ve Sinema alanında hem ülke içinde hem de ülke dışında mesleki yeterliliklerinin artırılarak, mesleğe atılmaya hazır öğrenciler yetiştirmek.	To train students who are ready to start the profession by increasing their professional competencies in the field of Radio, Television and Cinema both inside and outside the country
4	Kamera, ışık, ses, dekor gibi aletlerin teknik teknik özellikleri ve kullanımlarının yanı sıra metin hazırlama, senaryo yazabilme ve senaryonun uygulanması süreçlerini öğrenmeleri için uygulamalı çalışmalar yaptırmak, reklam filmi hazırlamak.	In addition to the technical specifications and uses of devices such as cameras, lights, sounds, and decorations, to have applied studies to learn the processes of preparing a text, writing a script and implementation of the script, and preparing a commercial film.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İletişim ve İletişimle İlgili tanımlamalar				
	Communication and Definitions Related to Communication				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İletişimin tarihsel süreci	Dersler senkron olarak sanal kampüs üzerinden yapılmaktadır.			
	The historical process of communication	Lessons are held synchronously on the virtual campus.			
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İletişimin işlevi, iletişimin toplumlar arası işlevi, iletişimin uluslararası etkisi.	Bilgiler kaynaklardan derlenerek, hazırlanan sunum dosyası üzerinden konular işlenmekte ve ayrıca öğrencilere ödevler vererek uygulama becerileri kazandırılmaktadır.			
	The function of communication, the function of communication between societies, the international impact of communication.	The information is compiled from the sources, the topics are processed through the prepared presentation file, and the students are given homework and practice skills are given.			
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya ve İletişim araçları	Dersler sunum dosyaları üzerinden senkron olarak yapılmaktadır.			
	Media and Communication tools	Lessons are made synchronously over presentation files.			
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medyanın tanımı, medyanın tarihçesi, medya kuruluşlarının işlevi.	Dersler teorik ve uygulamalı olarak ödevlerle desteklenmektedir.			
	Definition of media, history of media, function of media organizations.	Courses are supported with theoretical and practical assignments.			

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam nedir? Reklamın amaçları.	Dersler teorik ve uygulamalı olarak gerçekleştirilmektedir.			
	What is an advertisement? Advertising purposes.	Courses are carried out both theoretically and practically.			
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sponsorluk ve Reklam, reklamın ekonomik ve sosyal etkileri.	Özellikle televizyon başta olmak üzere sponsorluk reklamlarıyla ilgili alan araştırması yaptırılarak daha sonra konular teorik olarak anlatılarak bilgiler pekiştirilmektedir.			
	Sponsorship and Advertising, economic and social effects of advertising.	By conducting field research on sponsorship advertisements, especially on television, the information is reinforced by explaining the topics theoretically.			
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam Türleri.	Halkla ilişkilerin en önemli unsurlarından tanıtımı güçlendirmek için reklam çeşitlerinin kavratılması için teorik anlatıma ek olarak araştırma ödevi verilmektedir.			
	Types of Ads.	In addition to theoretical narration, a research assignment is given in order to comprehend the types of advertisement in order to strengthen the promotion, which is one of the most important elements of public relations.			
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam Türlerine devam.	Teorik ve ödevlerle desteklenen bilgiler örneklendirilerek konunun anlaşılmasına yardımcı olunmaktadır.			
	Continue to Types of Ads.	The information supported by theoretical and homework is exemplified to help understanding the subject.			

10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın amaçları	Teorik bilgilerin yanında öğrencilere ödevler verilerek konular anlatılmaktadır.			
	Advertising purposes	In addition to the theoretical information, the students are given homework and the topics are explained.			
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam araçları, Basılı reklam aracı olarak Gazete	Medya ve medya planlaması dersinin amacına uygun olarak reklam araçları ve bu reklam araçlarından tarihi bir öneme sahip olan gazete ve reklam ilişkisi kurulmaya çalışılmaktadır.			
	Advertising media, Newspaper as a print advertising medium	In accordance with the purpose of the media and media planning course, an attempt is made to establish a relationship between advertising tools and newspapers and advertising, which has a historical importance from these advertising tools.			
12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam aracı olarak dergi, Doğrudan postalama ve diğer basılı reklam materyalleri.	Teorik bilgilerin yanında uygulama örnekleri de öğrencilerin ödevlerle katkısı sağlanarak anlatılmaktadır.			
	Magazines as advertising media, Direct mailing and other print advertising materials.	In addition to the theoretical information, application examples are also explained with the contribution of students with homework.			
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yayın Yapan Reklam Ortamları, Reklam aracı olarak Radyo.	Teorik bilgilerle pratik uygulamalar karşılaştırmalı ve araştırmaya dayalı olarak öğrencilerin de sürece dahil edilmesiyle öğretilmektedir.			
	Broadcasting Advertising Media, Radio as an advertising medium.	Theoretical knowledge and practical applications are taught by involving students in the process based on comparative and research.			

14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Televizyon Reklamları, Hareketli reklamlar, Hareketsiz reklamlar, diğer reklam türleri.	Televizyon medya için en önemli tanıtım aracı olarak günümüzde de görevini ifa etmektedir. Öğrencilerden televizyonlardaki reklamlarla ilgili tarama yapılmasını ve tahlil edilmesi istenmektedir. Ayrıca diğer reklam türlerinde de tanıtımın önemi ortaya koyularak teorik bilgilerle desteklenerek aktarılmaktadır.			
	Television Ads, Animated ads, Still ads, other types of advertising.	Television is still the most important promotional tool for the media. The students are asked to scan and analyze the advertisements on TV. In addition, the importance of promotion in other types of advertisements is demonstrated, supported by theoretical information.			

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)
Alan Çalışması / Field Work	5	1.00	5.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Beyin Fırtınası / Brain Storming	14	1.00	14.00
Bireysel Çalışma / Self Study	3	1.00	3.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	1.00	14.00
Ev Ödevi / Homework	12	1.00	12.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Gözlem / Observation	7	1.00	7.00
Makale Kritik Etme / Criticising Paper	5	1.00	5.00
Makale Yazma / Writing Paper	5	1.00	5.00
Proje Hazırlama / Project Preparation	6	1.00	6.00
Proje Sunma / Project Presentation	5	1.00	5.00
Rapor / Report	4	1.00	4.00
Rapor Hazırlama / Report Preparation	4	1.00	4.00
Rapor Sunma / Report Presentation	4	1.00	4.00
Tartışma / Discussion	7	1.00	7.00
Okuma / Reading	7	1.00	7.00
Toplam / Total:	104	17.00	104.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 104.00/25.00 = 4.16 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 104.00 / 25.00 = 4.16 ~			

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	1.1.18	1.1.19	1.1.20	1.1.21	1.1.22
1.Televizyon Reklamcılığı dersinde Televizyon yayın dünyası için, reklam veren için, reklam ajansları için reklamın önemi vurgulanacaktır. / The importance of advertising for the television broadcast world, for the advertiser, for the advertising agencies will be emphasized in the Television Advertising course.	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5			
2.Temel olarak iletişim faaliyetlerinden birisi olan reklam ve tanıtımın önemi, ülke ekonomisine , sektörel kalkınmaya katkılara öğretilecektir. / Basically, the importance of advertising and promotion, which is one of the communication activities, will be taught to the national economy and to the contributions to sectoral development.																						
3.Radyo, Televizyon ve Sinema alanında hem ülke içinde hem de ülke dışında mesleki yeterliliklerinin artırılarak, mesleğe atılmaya hazır öğrenciler yetiştirmek. / To train students who are ready to start the profession by increasing their professional competencies in the field of Radio, Television and Cinema both inside and outside the country																						

4. Kamera, ışık, ses, dekor gibi aletlerin teknik özellikleri ve kullanımlarının yanı sıra metin hazırlama, senaryo yazabilme ve senaryonun uygulanması süreçlerini öğrenmeleri için uygulamalı çalışmalar yaptırmak, reklam filmi hazırlamak. / In addition to the technical specifications and uses of devices such as cameras, lights, sounds, and decorations, to have applied studies to learn the processes of preparing a text, writing a script and implementation of the script, and preparing a commercial film.																						
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

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