

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Ad Analysis / Ad Analysis	
Ders Kodu / Course Code	EHIR222	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	8.00	
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	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Reklam kavramını, özellikleri ve etkisi üzerinden ele alarak, Reklamda mesajlarının hazırlanması, Reklam mesajlarında göstergelerin anlamlandırılması ve çözümlenmesi amaçlanmaktadır.	It is aimed to prepare advertisement messages, to make sense of and analyze indicators in advertisement messages by considering the concept of advertisement through its features and effects.
İçeriği / Content	Reklamın tanımlanarak sınıflandırılması, reklamda ikna olgusu, farklı reklam ortamlarında yaratıcılık doğrultusunda, reklamda göstergelerin anlamlandırılması anlatılmaktadır.	The definition and classification of advertising, the phenomenon of persuasion in advertising, the interpretation of indicators in advertising in line with creativity in different advertising environments are explained.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Reklam Nasıl Çözümленir-Rengin Küçükertoğan Reklam Çekicilikleri-Müge Elden/Uğur Batı Reklam ve Yaratıcı Strateji-Fusun Kocabaş/Müge Elden Reklam Söylemi-Rengin Küçükertoğan Reklam Yazarlığı- Müge Elden Şimdi reklamlar- Müge Elden/Özkan Ulukök/Sinem Yeygel	How to Solve Advertisement-Rengin Küçükertoğan Advertising Attractiveness-Muge Elden/Ugur Batı Advertising and Creative Strategy-Fusun Kocabaş/Muge Elden Advertising Discourse-Rengin Küçükertoğan Copywriting - Müge Elden Now ads- Müge Elden/Özkan Ulukök/Sinem Yeygel
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr.Üyesi Yelda Şenkal	Assist. Prof. Dr. Yelda Şenkal

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Reklamda kullanılan sembolleri, kavramları açıklar	Explains the symbols and concepts used in the advertisement
2	Reklamı çözümlemede öznel çözüm yöntemleri geliştirir	Develops subjective solution methods in decoding advertising
3	Reklamda kullanılan metnin analizini yapar	Analyzes the text used in the advertisement
4	Reklamda saklanan mesajları çözer	Decodes messages hidden in the advertisement
5	Reklamın oluşturulma amacını değerlendirir	Evaluates the purpose for which the ad was created

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın kavramsal ele alınışı- Reklam sınıflandırılması				
	Conceptual handling of advertising - Classification of advertising				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda İkna- Temel ikna modelleri				
	Persuasion in Advertising - Basic Persuasion Models				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda yaratıcılık ve yaratıcı ekoller				
	Creativity and creative schools in advertising				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Basılı ortamlar ve basılı reklam unsurları; Başlık, alt başlık, metin, slogan				
	Printed media and print advertising elements; Title, subtitle, text, slogan				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ortamı televizyon ve televizyon reklam unsurları, senaryo, storyboard kullanımı				
	Advertising medium, television and television advertising elements, scenario, use of storyboards				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Açık hava reklamları-Alternatif ortamlar-Gerilla pazarlama ve reklam				
	Outdoor advertising-Alternative media-Guerilla marketing and advertising				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İnternet reklamları-Viral reklam uygulamaları				
	Internet ads-Viral advertising applications				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Vize				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda Gösterge-Göstergebilim				
	Semiotics in Advertising				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam Görüntüsünün Genel Betimlemesi				
	General Description of Ad Image				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam göstergelerinin anlamlandırılması				
	Making sense of advertising indicators				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam çekicilikleri				
	Advertising appeals				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda Fotoğraf kullanımı				
	Photo use in advertising				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam Analiz Örnekleri				
	Ad Analysis Examples				

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	10.00	10.00
Final Sınavı / Final Examination	1	10.00	10.00
Bireysel Çalışma / Self Study	20	2.00	40.00
Derse Katılım / Attending Lectures	13	10.00	130.00
Toplam / Total:	35	32.00	190.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 190.00/25.00 = 7.60 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 190.00 / 25.00 = 7.60 ~			

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.Reklamda kullanılan semboller, kavramları açıklar / Explains the symbols and concepts used in the advertisement	3	3	5	2	4	5	3	2	4	4	4	1	2	4	1
2.Reklamı çözümlemeye öznel çözüm yöntemleri geliştirir / Develops subjective solution methods in decoding advertising	4	3	4	2	5	4	3	1	2	4	5	1	1	4	1
3.Reklamda kullanılan metnin analizini yapar / Analyzes the text used in the advertisement	3	4	4	3	4	4	1	3	5	5	5	1	1	4	1
4.Reklamda saklanan mesajları çözer / Decodes messages hidden in the advertisement	5	3	4	4	4	4	3	1	4	5	5	1	1	4	2
5.Reklamın oluşturulma amacını değerlendirir / Evaluates the purpose for which the ad was created	5	5	1	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3

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