

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Legislation and Control in Advertising / Legislation and Control in Advertising	
Ders Kodu / Course Code	RMI505	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master without Thesis / Master without Thesis	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
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	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, reklamda mevzuat ve denetim konularında öğrencilere temel bilgileri sağlamak, reklamcılık faaliyetlerinin yasal ve etik kurallara uygun şekilde yürütülmesini teşvik etmek ve öğrencileri reklamda mevzuat ve denetim süreçlerini anlayarak reklam kampanyalarının yasal ve etik açıdan değerlendirilmesine yönlendirmektir.	The aim of this course is to provide students with basic information on legislation and auditing in advertising, to encourage the execution of advertising activities in accordance with legal and ethical rules, and to guide students to legal and ethical evaluation of advertising campaigns by understanding the legislation and auditing processes in advertising.
İçeriği / Content	Bu dersin amacı, reklamda mevzuat ve denetim konularında öğrencilere temel bilgileri sağlamak, reklamcılık faaliyetlerinin yasal ve etik kurallara uygun şekilde yürütülmesini teşvik etmek ve öğrencileri reklamda mevzuat ve denetim süreçlerini anlayarak reklam kampanyalarının yasal ve etik açıdan değerlendirilmesine yönlendirmektir.	The aim of this course is to provide students with basic information on legislation and auditing in advertising, to encourage the execution of advertising activities in accordance with legal and ethical rules, and to guide students to legal and ethical evaluation of advertising campaigns by understanding the legislation and auditing processes in advertising.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Kocaoğlu, İ., & Baran, N. (2019). Reklamda Mevzuat ve Özdenetim. Keegan, W. J., & Duncan, T. R. (2018). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective.	Kocaoğlu, İ., & Baran, N. (2019). Reklamda Mevzuat ve Özdenetim. Keegan, W. J., & Duncan, T. R. (2018). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Reklamda mevzuatın temel prensiplerini ve düzenlemelerini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme.	Develop the ability to understand and analyze the basic principles and regulations of legislation in advertising.
2	Reklamda etik ve hukuki sorumlulukları inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanma.	Examine and evaluate ethical and legal responsibilities in advertising.
3	Reklamın toplumsal etkilerini ve sınırlamalarını analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme.	Analyze and explain the societal impacts and limitations of advertising.
4	Reklamda denetim mekanizmalarını ve kurallarını inceleme ve eleştirel düşünme becerisi geliştirme.	Study and develop critical thinking skills regarding the mechanisms and rules of advertising control.
5	Reklamda mevzuat ve denetim konularındaki güncel tartışmaları analiz etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme.	Analyze and interpret current debates in legislation and control in advertising.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda mevzuat ve denetimin önemi ve amacı Importance and Purpose of Legislation and Control in Advertising				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici koruma kanunları ve reklamcılık Consumer Protection Laws and Advertising				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda haksız ticari uygulamalar ve cezai yaptırımlar Unfair Commercial Practices in Advertising and Criminal Sanctions				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda tıbbi, sağlık ve ilaç reklamları Medical, Health, and Pharmaceutical Advertising				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda çocuk koruması ve reklam hedeflemesi Child Protection in Advertising and Targeting				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda cinsiyet temsili ve cinsiyetçilik				
	Gender Representation and Sexism in Advertising				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda yanıltıcı ve abartılı iddialar				
	Misleading and Exaggerated Claims in Advertising				
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
	Reklamda etik kurallar ve profesyonel sorumluluk				
	Ethical Rules and Professional Responsibility in Advertising				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik				
	Social Responsibility and Sustainability in Advertising				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam denetimi ve özdenetim				
	Advertising Regulation and Self-Regulation				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ulusal ve uluslararası reklam standartları ve kuruluşları				
	National and International Advertising Standards and Organizations				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda telif hakları ve fikri mülkiyet				
	Copyright and Intellectual Property Rights in Advertising				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda mevzuat ve denetimde gelecek eğilimler ve yönelimler				
	Future Trends and Directions in Advertising Legislation and Control				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	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	30.00	30.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	20.00	20.00
Final Sınavı / Final Examination	1	40.00	40.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	30.00	30.00
Okuma / Reading	1	25.00	25.00
Toplam / Total:	5	145.00	145.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 145.00/25.00 = 5.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 145.00 / 25.00 = 5.80 ~			

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	1.1.15
1.Reklamda mevzuatın temel prensiplerini ve düzenlemelerini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme. / Develop the ability to understand and analyze the basic principles and regulations of legislation in advertising.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.Reklamda etik ve hukuki sorumlulukları inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanma. / Examine and evaluate ethical and legal responsibilities in advertising.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3.Reklamın toplumsal etkilerini ve sınırlamalarını analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme. / Analyze and explain the societal impacts and limitations of advertising.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4.Reklamda denetim mekanizmalarını ve kurallarını inceleme ve eleştirel düşünme becerisi geliştirme. / Study and develop critical thinking skills regarding the mechanisms and rules of advertising control.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5.Reklamda mevzuat ve denetim konularındaki güncel tartışmaları analiz etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme. / Analyze and interpret current debates in legislation and control in advertising.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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