

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Advertising Analysis / Advertising Analysis	
Ders Kodu / Course Code	RMI508	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master with Thesis / Master with 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		
Amacı / Purpose	Reklam kavramını, özellik ve fonksiyonları ile ele alarak,Reklamda ikna olgusu üzerinden mesajların hazırlanması,Reklam mesajlarında göstergelerin anlamlandırılması ve analizi amaçlanmaktadır	By considering the concept of advertising with its features and functions, it is aimed to prepare messages based on the phenomenon of persuasion in advertising, to interpret and analyze the indicators in advertising messages.
İçeriği / Content	Reklamın özellikleri, Reklamın sınıflandırılması. İkna kavramı ,ikna edici reklam mesajları ve yaratıcı stratejiler doğrultusunda reklamda göstergelerin anlamlandırılması anlatılmaktadır	Ad features, Classification of ad. In line with the concept of persuasion, persuasive advertising messages and creative strategies, the meaning of the signs in the advertisement is explained.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
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	How to Resolve Advertising-Color Küçükertoğan Advertising Attractiveness-Müge Elden / Uğur Batı Advertising and Creative Strategy-Fusun Kocabaş / Müge Elden Advertising Speech-Color's Küçükertoğan
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr.Öğretim Üye.Yelda Şenkal	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Reklamla ilgili Kuramsal bilgiler edinir.	Gains theoretical information about advertising.
2	Reklamı eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.	Reklamı eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.
3	Reklam Analiz yöntemlerini öğrenir.	Learns the Ad Analysis methods.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam Analizi Giriş				
	Ad Analytics Introduction				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda İkna olgusu-Aristo'nun İkna etmenleri- Reklamda kullanılan temel ikna modelleri				
	The phenomenon of Persuasion in Advertising-Aristotle's Persuasion factors- Basic persuasion models used in advertising				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın özellikleri ve Reklam etkisi				
	Ad features and Ad effect				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda Kaynak, Star Stratejisi				
	Source in Advertising, Star Strategy				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda mesaj, mesaj özellikleri				
	Message, message features in advertisement				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Başlık, slogan, metin, senaryo, storyboard				
	Title, slogan, text, script, storyboard				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İçerik olarak reklamların sınıflandırılması -Mesaja göre reklamlar				
	Classification of ads as content -Ads by message				
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				
	Indicator-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 the Ad Image				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam göstergelerinin anlamlandırılması-reklamda Retorik				
	Making sense of advertising indicators - Rhetoric in advertising				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam Analiz Örnekleri				
	Ad Analysis Samples				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda Resim, fotoğraf kullanımı				
	Picture, photo usage in advertisement				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam çekicilikleri				
	Advertising appeal				

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
Bireysel Çalışma / Self Study	10	10.00	100.00
Derse Katılım / Attending Lectures	12	3.00	36.00
Final Sınavı / Final Examination	1	10.00	10.00
Toplam / Total:	24	33.00	156.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 156.00/25.00 = 6.24 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 156.00 / 25.00 = 6.24 ~			

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	1.1.15
1.Reklamla ilgili Kuramsal bilgiler edinir. / Gains theoretical information about advertising.															
2.Reklamı eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir. / Reklamı eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.															
3.Reklam Analiz yöntemlerini öğrenir. / Learns the Ad Analysis methods.															

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