

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	History of Advertising / History of Advertising	
Ders Kodu / Course Code	SPM509	
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)	0.00	
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		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		none
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı reklam ve reklamcılığın günümüze uzanan hikayesini ekonomik, teknolojik ve toplumsal parametreler ışığında tarihsel perspektifte incelemektir.	The purpose of this course is to examine the history of advertising and advertising industry from a historical perspective, taking into account economic, technological, and social parameters.
İçeriği / Content	Bu dersin amacı reklam ve reklamcılığın günümüze uzanan hikayesini ekonomik, teknolojik ve toplumsal parametreler ışığında tarihsel perspektifte incelemektir.	The purpose of this course is to examine the history of advertising and advertising industry from a historical perspective, taking into account economic, technological, and social parameters.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	yok	none
Staj Durumu / Internship Status	yok	none
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	yok	none
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Reklamın tarih boyunca gelişimini ve değişimini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme.	Develop the ability to understand and analyze the development and changes in advertising throughout history.
2	Reklamın toplumsal, kültürel ve ekonomik etkilerini inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanma.	Examine and evaluate the social, cultural, and economic impacts of advertising.
3	Reklamın farklı dönemlerdeki stratejilerini ve temalarını analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme.	Analyze and explain the strategies and themes of advertising in different periods.
4	Reklamın tarihindeki önemli olayları ve etkileyici kampanyaları inceleme ve eleştirel düşünme becerisi geliştirme.	Study significant events and influential campaigns in the history of advertising and develop critical thinking skills.
5	Reklam tarihine ilişkin güncel çalışmaları takip etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme.	Develop the ability to follow and interpret current research on the history of 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
	Giriş ve Reklamcılığa Dair Temel Kavramlar				
	Introduction and Basic Concepts of Advertising				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Temel Reklam Ortamları				
	Fundamental Advertising Environments				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam Sektörü ve Reklam Üretim Süreci				
	Advertising Industry and Advertising Production Process				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılık Tarihine Giriş				
	Introduction to Advertising History				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklama Benzer Uygulamaları Dönemi				
	Period of Advertising-Like Practices				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın Keşif Dönemi				
	Discovery Period of Advertising				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Modern Dönem Reklamcılık Anlayışı				
	Modern Era Understanding of 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
	Postmodern Dönem Reklamcılık Anlayışı I				
	Postmodern Era Understanding of Advertising I				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Postmodern Dönem Reklamcılık Anlayışı II				
	Postmodern Era Understanding of Advertising II				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Türkiye'de Reklam Tarihi I				
	History of Advertising in Turkey I				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Türkiye'de Reklam Tarihi II				
	History of Advertising in Turkey II				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda Yeni Ufuklar				
	New Horizons in Advertising				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Genel Değerlendirme				
	General Evaluation				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçerik 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	72.00	72.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	76.00	76.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	4	150.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 150.00/25.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 25.00 = 6.00 ~ 6.00			

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.Reklamın tarih boyunca gelişimini ve değişimini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme. / Develop the ability to understand and analyze the development and changes in advertising throughout history.	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5
2.Reklamın toplumsal, kültürel ve ekonomik etkilerini inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanma. / Examine and evaluate the social, cultural, and economic impacts of advertising.	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
3.Reklamın farklı dönemlerdeki stratejilerini ve temalarını analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme. / Analyze and explain the strategies and themes of advertising in different periods.	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
4.Reklamın tarihindeki önemli olayları ve etkileyici kampanyaları inceleme ve eleştirel düşünme becerisi geliştirme. / Study significant events and influential campaigns in the history of advertising and develop critical thinking skills.	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
5.Reklam tarihine ilişkin güncel çalışmaları takip etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme. / Develop the ability to follow and interpret current research on the history of advertising.	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5

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