

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	New Media Advertising / New Media Advertising	
Ders Kodu / Course Code	EYMD201	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	7.00	
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	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	Yeni Medya Reklamcılığı dersinin amacı, reklamcılığa ilişkin temel kavramsal ve kuramsal bilgilerin ve yeni medya kavramının, özelliklerinin ve yeni medyanın gelişiminin ele alınarak bu bağlamda dijital reklam türlerinin kapsamlı olarak anlaşılmasını sağlamaktır.	The aim of the New Media Advertising course is to provide a comprehensive understanding of the basic conceptual and theoretical knowledge of advertising and the concept of new media, its features and the development of new media in this context, and digital advertising types in this context.
İçeriği / Content	Reklama ilişkin temel kavram ve kuramların ele alınması, Yeni medya kavramı, özellikleri ve yeni medyanın gelişiminin değerlendirilmesi, dijital reklam türlerinin incelenmesi.	Discussion of basic concepts and theories related to advertising. The concept of new media, its features and evaluation of the development of new media, examination of digital advertising type.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	-	-
Staj Durumu / Internship Status	-	-
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ders notları, Güncel makaleler, Fons Van Dyck, Yeni Nesil Reklamcılık, 2017, İstanbul: The Kitap Yayınları R. Gülay Öztürk, Dijital Reklamcılık ve Gençlik, 2013, İstanbul: Beta Basım Nurhan Babür Tosun vd., Reklam Yönetimi, 2018, İstanbul: Beta Basım Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık, 2009, İstanbul: Say Yayınları	Lecture notes, Current articles Fons Van Dyck, Yeni Nesil Reklamcılık, 2017, İstanbul: The Kitap Yayınları R. Gülay Öztürk, Dijital Reklamcılık ve Gençlik, 2013, İstanbul: Beta Basım Nurhan Babür Tosun vd., Reklam Yönetimi, 2018, İstanbul: Beta Basım Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık, 2009, İstanbul: Say Yayınları
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğretim Üyesi Sezgi Turfanda	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenci reklamcılığa ilişkin temel kavramsal ve kuramsal bilgileri tanımlayabilecektir.	The student will be able to define the basic conceptual and theoretical knowledge of advertising.
2	Öğrenci, yeni medya kavramını, özelliklerini ve gelişimini tanımlayabilecektir.	The student will be able to define the concept, characteristics and development of new media.
3	Öğrenci internet ortamındaki farklı reklam türlerini tanımlayabilecek ve uygulayabilecektir.	The student will be able to define and apply different types of advertisements on the internet.
4	Öğrenci reklamın yapısı ve işleyiş süreci ile ilgili değerlendirme yapabilecektir.	The student will be evaluate the structure and functioning process of advertising.
5	Öğrenci internet ortamında etkin reklam yazabilecek ve uygulayabilecektir.	The student will be write and apply effective advertising on the internet.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama, Pazarlama Karması ve Reklam İlişkisi				
	Marketing, Marketing Mix and Advertising Relationship				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Toplumların evrimi ve değişen pazarlama yaklaşımları				
	Evolution of societies and changing marketing approaches				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yaklaşımı				
	Integrated Marketing Communication Approach				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın kavramsal çerçevesi ve özellikleri				
	Conceptual framework and features of advertising				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın amaçları, işlevleri ve türleri				
	Advertising purposes, functions and types				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	İletişim kavramı ve iletişim süreci				
	The concept of communication and the communication process				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam işleyiş sürecine ilişkin modeller				
	Models related to the advertising functioning process				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Vize				
	Mid-term				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni medya kavramı ve gelişimi				
	The concept of New Media and its development				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İnternet reklamcılığı				
	Internet advertising				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital reklam türleri				
	Digital ad types				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İnternet ortamında reklam yazımı				
	Copywriting on the internet				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni medyada reklam uygulama teknikleri				
	Advertising application techniques in new media				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital reklam türleri				
	Digital ad types				

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	20.00	20.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	20.00	20.00
Derse Katılım / Attending Lectures	1	20.00	20.00
Final Sınavı / Final Examination	1	35.00	35.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	20.00	20.00
Okuma / Reading	1	35.00	35.00
Tartışma / Discussion	1	25.00	25.00
Toplam / Total:	7	175.00	175.00

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	1.1.16	1.1.17
1.Öğrenci reklamcılığa ilişkin temel kavramsal ve kuramsal bilgileri tanımlayabilecektir. / The student will be able to define the basic conceptual and theoretical knowledge of advertising.	5	3	3	2	4	3	4	5	3	5	5						
2.Öğrenci, yeni medya kavramını, özelliklerini ve gelişimini tanımlayabilecektir. / The student will be able to define the concept, characteristics and development of new media.	5	5	3	4	5	5	5	4	3	3	4						
3.Öğrenci internet ortamındaki farklı reklam türlerini tanımlayabilecek ve uygulayabilecektir. / The student will be able to define and apply different types of advertisements on the internet.	5	5	3	5	5	3	5	5	4	3	5						
4.Öğrenci reklamın yapısı ve işleyiş süreci ile ilgili değerlendirme yapabilecektir. / The student will be evaluate the structure and functioning process of advertising.	5	5	5	4	3	2	3	3	4	4	4						
5.Öğrenci internet ortamında etkin reklam yazabilecek ve uygulayabilecektir. / The student will be write and apply effective advertising on the internet.	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5						

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