

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Advertising Studies / Advertising Studies	
Ders Kodu / Course Code	9203066212017	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Third Cycle / Third Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	8.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu derste öğrencilerin reklam kampanyalarının genel özellikleri ışığında reklam araştırması türleri ve yöntemlerini kavraması ve kampanya sürecinde yapılan reklam etkinliği araştırmalarını uygulayabilmesini sağlamak amaçlanmaktadır.	In this course students of advertising campaigns in the light of the general characteristics of ad types and methods of research and understanding of the effectiveness of advertising campaigns made in the process is intended to enable users to apply their research.
İçeriği / Content	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Kurum reklam araştırmaları</li> <li>•Medya reklam araştırmaları</li> <li>•Siyasal-sosyal araştırmalar</li> <li>•Tüketici araştırmaları</li> <li>•Ürün reklam araştırmaları</li> <li>•Marka araştırmaları</li> <li>•Fiyat araştırması</li> <li>•Pazar araştırmaları</li> <li>•Etkinlik araştırmaları</li> <li>•Kampanya sürecinde etkinlik araştırması türleri</li> <li>•Pazarların denetlenmesi suretiyle reklamın etkinliğinin belirlenmesine ilişkin testler</li> <li>•Soruşturma yöntemi</li> <li>•Kampanya sürecinde yürütülen reklam etkinlik araştırmaları</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Corporate advertising research</li> <li>•Media advertising research</li> <li>•Political-social research</li> <li>•Consumer research</li> <li>•Product advertising research</li> <li>•Brand research</li> <li>•Prices research</li> <li>•Market research</li> <li>•Efficacy studies</li> <li>•Campaign types of research activities in the process</li> <li>•Sunday by supervising tests for determining the effectiveness of advertising</li> <li>•Investigation method</li> <li>•Advertising effectiveness studies conducted in the process of campaign</li> </ul>
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ahmet Bülend Göksel, F. Belma Güneri, "Reklam Kampanyaları ve Medya Planlaması", E.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, No:2, İzmir, 1993 Erol Gülbuğ, Reklam ve Medya Planlaması, Beta Yayınları, İstanbul, 2006 Güneri F. Belma, Reklam Araştırmaları, İzmir Reklamcılar Derneği Yayınları No:1, İzmir, 1998. Hopkins Claude C., Reklamcılık Yaşantım & Bilimsel Reklamcılık, Çev: Mustafa K. Gerçekler, Yapı Kredi Yayınları No. 743, 3. Baskı, 2007, İstanbul. Keleşçi Mustafa, "Yaratıcı İşler ve Pazarlama Araştırması", <a href="http://www.iaaturkey.com/images/Yaratici_Isler_ve_Pazarlama_Arastirmasi.pdf">http://www.iaaturkey.com/images/Yaratici_Isler_ve_Pazarlama_Arastirmasi.pdf</a> Kocabaş Füsün, Müge Elden, Reklamcılık: Kavramlar, Kararlar, Kurumlar, İletişim Yayınları, İstanbul, 2006	Ahmet Bülend Göksel, F. Belma Güneri, "Reklam Kampanyaları ve Medya Planlaması", E.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, No:2, İzmir, 1993 Erol Gülbuğ, Reklam ve Medya Planlaması, Beta Yayınları, İstanbul, 2006 Güneri F. Belma, Reklam Araştırmaları, İzmir Reklamcılar Derneği Yayınları No:1, İzmir, 1998. Hopkins Claude C., Reklamcılık Yaşantım & Bilimsel Reklamcılık, Çev: Mustafa K. Gerçekler, Yapı Kredi Yayınları No. 743, 3. Baskı, 2007, İstanbul. Keleşçi Mustafa, "Yaratıcı İşler ve Pazarlama Araştırması", <a href="http://www.iaaturkey.com/images/Yaratici_Isler_ve_Pazarlama_Arastirmasi.pdf">http://www.iaaturkey.com/images/Yaratici_Isler_ve_Pazarlama_Arastirmasi.pdf</a> Kocabaş Füsün, Müge Elden, Reklamcılık: Kavramlar, Kararlar, Kurumlar, İletişim Yayınları, İstanbul, 2006
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç.Dr.Hidaye Aydan Bilgili	

### ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Reklamda araştırmanın önemini kavrar ve araştırma yöntemlerini bilir.	Understands the importance of research in advertising and the methods of research
2	Reklam öncesi ve sonrası araştırmalarda kullanılan yöntemleri, reklam etkinliğinin ölçümünün önemini ve bu ölçümlerde kullanılan teknikleri öğrenirler.	Learns the methods of research that is conducted before and after advertising, the importance of advertising effectiveness measurement, and the techniques that are necessary for research
3	Reklamcılıkta araştırmadan etkin bir biçimde yararlanmanın yollarını bilir.	Knows how to effectively utilize research in advertising.amcılıkta araştırmadan etkin bir biçimde yararlanmanın yollarını bilir.

### HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Derse giriş, dersin işlenişi ile ilgili genel bilgi ve kaynakların önerilmesi.	Tanışma ve anlatım			
	Course introduction, course description, course related to the handling of public information and resources offered.				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Araştırma sürecinin tanımlanarak bileşenlerin açıklanması; problemin teşhisi ve tanımlanması, veri kaynaklarının belirlenmesi, Örnekleme, verilerin derlenmesinde kullanılacak yöntemlerin seçimi, verilerin derlenmesi, cetvellenmesi, analizi ve araştırma verilerinin raporlanması .	Anlatım			
	Describing the research process and explaining the components; diagnosis and definition of the problem, determination of data sources, sampling, selection of methods to be used in data collection, data compilation, tabulation, analysis and reporting of research data.				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Örnekleme yöntemleri; tesadüfi ve tesadüfi olmayan örneklemin aktarımı. Örneklemede, basamaklama ve hatalara ilişkin noktaların kavranması.	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Sampling methods; transfer of random and non-random sampling. Understanding the points related to cascading and errors in sampling.				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Veri Derleme Yöntemleri; anket, görüşme, gözlem ve deneyin aktarımı. Araştırma yöntemlerinin hazırlık, uygulama ve değerlendirme aşamalarında dikkate alınması gereken faktörlerin aktarımı.	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Data Compilation Methods; questionnaire, interview, observation and transfer of the experiment. Transfer of factors to be taken into account in the preparation, application and evaluation stages of research methods.				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam araştırmalarının nitelik ve nicelik kriterlerinin, reklam araştırmalarının özelliklerinin aktarılması reklam araştırmalarının planlama sürecinde esas alınması gereken anahtar noktaların aktarımı.	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Transferring the qualitative and quantitative criteria of advertising research and the characteristics of advertising research and the key points that should be taken as a basis in the planning process of advertising research.				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Reklam kampanyası öncesi reklam araştırmaları; veri tabanı olarak pazar araştırmaları, hedef kitle özelliklerinin belirlenmesine yönelik araştırmalar: demografik, psikografik, sosyografik haritalar oluşturma. Advertising research before advertising campaigns; market research as a database, researches to determine the characteristics of the target audience: creating demographic, psychographic, sociographic maps.	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanyası öncesinde reklam prototiplerinin etkinliğinin belirlenmesine ilişkin araştırmalar; tüketici jürisi metodu, tutum belirleme metodu, mesaj araştırmaları. Research on determining the effectiveness of advertising prototypes before the advertisement campaign; consumer jury method, attitude determination method, message researches.	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Analiz raporu hazırlama ve sunum Preparation and presentation of analysis report	Örnek olay analizi			
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanyası öncesinde motivasyon araştırmaları: Niteleyici güdü araştırmaları ve projektif yöntem, algı araştırmaları ve medya araştırmaları. Motivation research before advertising campaign: Qualitative motive research and projective method, perception research and media research.	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanyası esnasında reklam araştırmaları; pazarların denetlenmesi suretiyle etkinlik belirleme testleri, soruşturma yöntemi, izleme çalışmaları, Advertising research during the advertising campaign; efficiency determination tests, investigation method, monitoring studies by auditing the markets,	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanyası sonrasında yürütölen etkinlik araştırmaları; Tanıma Metodu, Bařvuru Metodu, Deney Metodu, Hatırlama Metodu. Activity studies conducted after the advertisement campaign; Recognition Method, Application Method, Experiment Method, Recall Method.	Literatüre dayalı rapor hazırlama			

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Reklam kampanyası sonrasında ticari başarı kriterleri itibarıyla reklam etkinliğinin değerlendirilmesi; Marka Çağrışım Testleri, Değer Testleri, Satış Testleri.	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Evaluation of advertising effectiveness according to commercial success criteria after the advertisement campaign; Brand Association Tests, Value Tests, Sales Tests.				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam araştırmaları ve etkinlik ölçümleme verilerinin kampanya hedeflerine erişim itibarıyla değerlendirilerek raporlanması ve rekabet değerlendirme modülü oluşturulması.	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Evaluating and reporting advertising research and effectiveness measurement data in terms of reaching campaign targets and creating a competition evaluation module.				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bir brief üzerinden öğrencilere reklam araştırma modülü hazırlanması.	Proje sunumu			
	Having students prepare an advertising research module based on a brief.				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Örnek bir reklam kampanyası ve araştırma verilerine ilişkin brief doğrultusunda öğrencilere rekabet değerlendirme modülü hazırlanması.	Proje sunumu			
	Having students prepare a competition evaluation module in line with a sample advertising campaign and a brief on research data.				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Analiz raporu hazırlama ve sunum	Örnek olay analizi			
	Preparation and presentation of analysis report				

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:	DDS

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Rapor Hazırlama / Report Preparation	2	20.00	40.00
Bireysel Çalışma / Self Study	10	5.00	50.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	8.00	112.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Rapor / Report	1	20.00	20.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	2	8.00	16.00
Toplam / Total:	30	63.00	240.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 240.00/30.00 = 8.00 ~ 8.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 240.00 / 30.00 = 8.00 ~ 8.00

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.Reklamda araştırmanın önemini kavrar ve araştırma yöntemlerini bilir. / Understands the importance of research in advertising and the methods of research	5													
2.Reklam öncesi ve sonrası araştırmalarda kullanılan yöntemleri, reklam etkinliğinin ölçümünün önemini ve bu ölçümlerde kullanılan teknikleri öğrenirler. / Learns the methods of research that is conducted before and after advertising, the importance of advertising effectiveness measurement, and the techniques that are necessary for research						5								
3.Reklamcılıkta araştırmadan etkin bir biçimde yararlanmanın yollarını bilir. / Knows how to effectively utilize research in advertising.amcılıkta araştırmadan etkin bir biçimde yararlanmanın yollarını bilir.											5			

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