

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Advertising and Culture / Advertising and Culture	
Ders Kodu / Course Code	9203026172020	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Third Cycle / Third Cycle	
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 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 dersin sonunda öğrenciler; kültür ve kültüre ilişkin kavramları tanımlayabilecek,modernizm, postmodernizm,popüler kültür, tüketim, tüketim kültürü gibi kavramlar arasındaki ilişkiyi kavrayabilecek, kültür çalışmalarını alanındaki kuramcılarının farklı bakış açılarını açıklayabilecek ve kültür v kültürel bileşenlerin reklam sektöründe yarattığı değişimi kavrayabilecektir.	At the end of this course, the students will be able to define the culture and the concepts about culture; to comprehend the relationship between the concepts such as modernism, postmodernism, popular culture, consumption, consumption culture; to explain the different perspectives of the theoreticians working in the field of culture studies, and will be able to grasp the change created by culture and cultural components in advertising sector.
İçeriği / Content	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Kültür kavramını farklı kuramcılarının bakış açıları ile irdeleme: Kültürün yapısı ve özellikleri, kapsamı,</li> <li>•Modernizmi,postmodernizm kavramı ve arasındaki farklılıkları açıklama kapsamı, özellikleri ve postmodernizmden farklılıkları bağlamında açıklama, reklamdaki uygulama örnekleri</li> <li>•Popüler kültür ve reklam ilişkisi</li> <li>•*Tüketim olgusu, tüketim davranışı ve tüketim kavramını açıklama ve reklama eleştirel bakış</li> <li>* Kültürel çeşitlilik ve kültürün dinamikliği etkisinde reklam uygulamalarında ortaya çıkan değişimleri ve yeni trendleri açıklama ve örnek kampanya uygulamalarını yorumlama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Examining the concept of culture with the perspectives of different theoreticians: the structure, characteristics and scope of culture</li> <li>* Explaining modernism, postmodernism concept and the differences between them in the context of its scope, characteristics and differences from postmodernism, and the implementation samples in advertising</li> <li>* The relationship between popular culture and advertising</li> <li>* Explaining the consumption phenomenon, consumption behavior and consumption concept and critical view of advertising</li> <li>* Explaining the changes and new trends in advertising practices with the influence of cultural diversity and cultural dynamism and interpreting the sample campaign implementations</li> </ul>
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None

<p>Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Bocock R. (Ekim 1997). Tüketim, Dost Kitabevi:Ankara.</li> <li>•Chaney D. (1999).Yaşam Tarzları, Dost Kitabevi Yayınları:Ankara.</li> <li>•Featherstone M. (2005). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, Ayrıntı Yayınları:İstanbul.</li> <li>•Fırat A.F. (1991). “The Consumer in Postmodernity”, Advances in Consumer Research, Vol.18.</li> <li>•Fırat A.F. (1992). “Postmodernism and the Marketing Organization”, Journal of Organizational Change Management, Vol.5, No.1.</li> <li>•Harvey D. (2006). Postmodernliğin Durumu, Metis Yayınları:İstanbul.</li> <li>•Odabaşı Y. (2004). Postmodern Pazarlama: Tüketim ve Tüketici, İstanbul: MediaCat Kitapları.</li> <li>•Şaylan G. (2006), Postmdernizm, İmge Kitabevi:Ankara. Baudrillard. Jean, Tüketim Toplumu, Çev Hazal Deliceçaylı, Ferde Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004.</li> <li>•Bocock, Robert, Tüketim, Çev. İrem Kutluk, Dost Kitabevi, Ankara, 2005.</li> <li>•Douglas, Mary, Baron Isherwood, Tüketim Antropolojisi, Çev Erdem Atilla, Dost Kitabevi, Ankara, 1999.</li> <li>•_____, Tüketim Toplumu, Çev. Mesut Karaşahan, Pinar Yayınları, İstanbul, 1991.</li> <li>•Kongar, Emre, Kültür ve İletişim, Say Yayınları, İstanbul.</li> <li>•Odabaşı, Yavuz, Tüketim Kültürü, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1999.</li> <li>•Oktay, Ahmet, Türkiye’de Popüler Kültür, Everest Yayınları, İstanbul, 2002.</li> <li>•Oskay, Ünsal, Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları, Kurgu (Eskişehir Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi), 1980.</li> <li>•_____, Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri, A.Ü. SBF., Yıllık, 1980.</li> <li>•_____, Kültürün Özellikleri ve İçerikleri, A.Ü. BYYO, Yıllık, 1980.</li> <li>•_____, 19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri, A.Ü. SBF Yayınları, No:495, Ankara, 1982.</li> <li>•_____, Kitle Kültürü Popüler Kültürü Kuşatırken, Gösteri, Mart, 1989.</li> <li>•Raymond, Williams, Kültür, Çev: Suavi Aydın, İmge, Ankara, 1993.</li> <li>•Tomlinson, John, Küreselleşme ve Kültür, Çev. Arzu Eker, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004.</li> <li>Zorlu, Abdülkadir, Tüketim Sosyolojisi, Glocal Yayınları, 2006.</li> </ul>	<p>Featherstone M. (2005). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, Ayrıntı Yayınları:İstanbul.</p> <p>Fırat A.F. (1991). “The Consumer in Postmodernity”, Advances in Consumer Research, Vol.18.</p> <p>Fırat A.F. (1992). “Postmodernism and the Marketing Organization”, Journal of Organizational Change Management, Vol.5, No.1.</p> <p>Harvey D. (2006). Postmodernliğin Durumu, Metis Yayınları:İstanbul.</p> <p>Odabaşı Y. (2004). Postmodern Pazarlama: Tüketim ve Tüketici, İstanbul: MediaCat Kitapları.</p> <p>Şaylan G. (2006), Postmdernizm, İmge Kitabevi:Ankara. Baudrillard. Jean, Tüketim Toplumu, Çev Hazal Deliceçaylı, Ferde Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004.</p> <p>Douglas, Mary, Baron Isherwood, Tüketim Antropolojisi, Çev Erdem Atilla, Dost Kitabevi, Ankara, 1999.</p> <p>_____, Tüketim Toplumu, Çev. Mesut Karaşahan, Pinar Yayınları, İstanbul, 1991.</p> <p>Kongar, Emre, Kültür ve İletişim, Say Yayınları, İstanbul.</p> <p>Odabaşı, Yavuz, Tüketim Kültürü, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1999.</p> <p>Oktay, Ahmet, Türkiye’de Popüler Kültür, Everest Yayınları, İstanbul, 2002.</p> <p>Oskay, Ünsal, Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları, Kurgu (Eskişehir Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi), 1980.</p> <p>_____, Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri, A.Ü. SBF., Yıllık, 1980.</p> <p>_____, Kültürün Özellikleri ve İçerikleri, A.Ü. BYYO, Yıllık, 1980.</p> <p>_____, 19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri, A.Ü. SBF Yayınları, No:495, Ankara, 1982.</p> <p>_____, Kitle Kültürü Popüler Kültürü Kuşatırken, Gösteri, Mart, 1989.</p> <p>Raymond, Williams, Kültür, Çev: Suavi Aydın, İmge, Ankara, 1993.</p> <p>Tomlinson, John, Küreselleşme ve Kültür, Çev. Arzu Eker, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004.</p> <p>Zorlu, Abdülkadir, Tüketim Sosyolojisi, Glocal Yayınları, 2006.</p>
<p>Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)</p>	<p>Prof.Dr. Işıl Aktuğlu</p>	

### ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Kültür kavramını tanımları ve kapsamı bağlamında açıklayabilme.	Being able to explain the culture concept in the context of its definitions and scope.
2	Kültürel çalışmalar ve kuramlar arasındaki ilişkiyi yorumlayabilme.	Being able to interpret the relationship between the cultural studies and theories
3	Kültürün yarattığı değişim ve yeni yaklaşımları kavrayabilme ve yorumlayabilme.	- Being able to comprehend and interpret the changes and new approaches created by culture

### HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dersin tanıtımı: Dersin kapsamı, işlenişi, gereklilikleri	Tanışma ve Teorik Anlatım			
	Introduction to the course: scope, execution, requirements of the course	Acquaintance and Theoretical Lecture			
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kültür kavramını ve bileşenlerini tanımlama, farklı kuramcıların bakış açıları ile irdeleme	Teorik Anlatım			
	Defining the culture concept and the components of it, examining with the perspectives of different theoreticians	Theoretical Lecture			
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketim kültürü kavramı, gelişimi reklam sektörü ile ilişkisi, reklam eleştirileri	Teorik Anlatım			
	The concept of consumption culture, its development, relation with advertising sector and advertising reviews	Theoretical Lecture			
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kitap okuma, rapor olarak sunumu ve sınıfla tartışılması	Kitap Okumalarının Sınıfta Tartışılması (Kültür ve İletişim, Emre Kongar)			
	Reading the book, presentation as a report and discussion with class	Discussing The Readings In Class (Kültür ve İletişim, Emre Kongar)			
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kitap okuma, rapor olarak sunumu ve sınıfla tartışılması	Kitap Okumalarının Sınıfta Tartışılması (Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları, Ünsal Oskay.)			
	Reading the book, presentation as a report and discussion with class	Discussing The Readings In Class (Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları, Ünsal Oskay.)			

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Kitap okuma, rapor olarak sunumu ve sınıfla tartışılması	Kitap Okumalarının Sınıfta Tartışılması (Kültür, Raymond Williams,)			
	Reading the book, presentation as a report and discussion with class	Discussing The Readings In Class (Kültür, Raymond Williams.)			
7	Kitap okuma, rapor olarak sunumu ve sınıfla tartışılması	Kitap Okumalarının Sınıfta Tartışılması (Türkiye'de Popüler Kültür, Oktay, Ahmet,)			
	Reading the book, presentation as a report and discussion with class	Discussing The Readings In Class (Türkiye'de Popüler Kültür, Oktay, Ahmet,)			
8	Reklam- popüler kültür- tüketim olgusu	Teorik Anlatım			
	Advertising- popular culture- consumption phenomenon	Theoretical Lecture			
9	Makale konularının dağıtımı ve makale içeriklerinin tasarlanması	Literatüre dayalı rapor hazırlama (Tartışma)			
	Handing out the article topics and planning the content of the articles	Preparation of The Report Based On The Literature (Discussion)			
10	Literatür taraması ve makale kapsamının planlanması	Literatüre dayalı rapor hazırlama (Tartışma)			
	Literature survey and planning the context of the article	Preparation of The Report Based On The Literature (Discussion)			
11	Literatür taraması ve makale kapsamının planlanması	Literatüre dayalı rapor hazırlama (Tartışma)			
	Literature survey and planning the context of the article	Preparation of The Report Based On The Literature (Discussion)			

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Literatür taraması ve makale kapsamının planlanması	Literatüre dayalı rapor hazırlama (Tartışma)			
	Literature survey and planning the context of the article	Preparation of The Report Based On The Literature (Discussion)			
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Makale sunumu ve sınıfla tartışılması	Makale Sunumu			
	Presentation of the article and discussion with class	Presentation of The Article			
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Makale sunumu ve sınıfla tartışılması	Makale Sunumu			
	Presentation of the article and discussion with class	Presentation of The Article			
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Makale sunumu ve sınıfla tartışılması	Makale Sunumu			
	Presentation of the article and discussion with class	Presentation of The Article			
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Makale sunumu ve sınıfla tartışılması	Makale Sunumu			
	Presentation of the article and discussion with class	Presentation of The Article			

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)
Makale Yazma / Writing Paper	2	30.00	60.00
Okuma / Reading	10	9.00	90.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Toplam / Total:	26	41.00	178.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 178.00/30.00 = 5.93 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 178.00 / 30.00 = 5.93 ~

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.Kültür kavramını tanımları ve kapsamı bağlamında açıklayabilme. / Being able to explain the culture concept in the context of its definitions and scope.										5				5	5	
2.Kültürel çalışmalar ve kuramlar arasındaki ilişkiyi yorumlayabilme. / Being able to interpret the relationship between the cultural studies and theories										5				5	5	
3.Kültürün yarattığı değişim ve yeni yaklaşımları kavrayabilme ve yorumlayabilme. / - Being able to comprehend and interpret the changes and new approaches created by culture										5				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