

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Global and Local History of Advertising / Global and Local History of Advertising	
Ders Kodu / Course Code	9203026162020	
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 Laboratuar 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 amacı; öğrencilerin reklam ve reklamcılığın dünyada ve Türkiye’de geçirdiği tarihi gelişimi, değişimleri ve günümüzde geldiği noktayı açıklayabilmelerinin ve yorumlayabilmelerinin sağlanmasıdır.	The aim of this course is to ensure the students to explain and interpret the historical development of advertisement and advertising in the world and in Turkey, the changes of it and its present situation.
İçeriği / Content	Baskı Öncesi Dönem. Erken Baskı Dönemi. Yayılma Dönemi. Bütünleşme Dönemi. Bilimsel Gelişme Dönemi. Ticari Ve Sosyal Bütünleşme. Yaratıcı Devrim. Marka Dönemi. Post Endüstriyel Dönem. Küreselleşme Dönemi. Dijital Reklamcılığın Yükselişi. Reklamcılığın Geleceği	Pre-Printing Press Period. Early Printing Press Period. Expansion Period. Integration Period. Scientific Development Period. Commercial And Social Integration. The Creative Revolution. Brand Period. Post Industrial Period. Globalization Period. The Rise Of Digital Advertising. The Future Of Advertising.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Koloğlu, Orhan; Reklamcılığımızın İlküzyülü 1840 - 1940, Reklamcılık Vakfı Yayınları, İstanbul, 2000. Tungate, Mark; Reklamcılığın Global Tarihi, Çev.: Levent Göktem, MediaCat Yayınları, İstanbul, 2008. Yüksel, Ünsal; Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri, 2. Baskı, Tivi Reklam, İstanbul, 1984. Arens, William F.; Contemporary Advertising, 8th Edition, Mc.Graw Hill Inc., New York, U.S.A., 2002. Merter, Ender; Cumhuriyet'i Afişleyen Adam İhap Hulusi Görey 110 Yaşında, Literatür Yayınları, İstanbul, 2008. Mayer, Martin; Madison Avenue: Dünyanın En Sıradışı Mesleği Reklamcılık ve Reklamcılar, Çev. Murat Yurddaş, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2004. Cracknell, Andrew; Gerçek MadMen, Çev. Enver Yıldırım, MediaCat Yayınları, İstanbul, 2013 Dyer, Gillian, İletişim Dili Olarak Reklamcılık, Çev. N.Nurdan Öncel Taşkıran, Beta Yayınları, İstanbul, 2010	Koloğlu, Orhan; Reklamcılığımızın İlküzyülü 1840 - 1940, Reklamcılık Vakfı Yayınları, İstanbul, 2000. Tungate, Mark; Reklamcılığın Global Tarihi, Çev.: Levent Göktem, MediaCat Yayınları, İstanbul, 2008. Yüksel, Ünsal; Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri, 2. Baskı, Tivi Reklam, İstanbul, 1984. Arens, William F.; Contemporary Advertising, 8th Edition, Mc.Graw Hill Inc., New York, U.S.A., 2002. Merter, Ender; Cumhuriyet'i Afişleyen Adam İhap Hulusi Görey 110 Yaşında, Literatür Yayınları, İstanbul, 2008. Mayer, Martin; Madison Avenue: Dünyanın En Sıradışı Mesleği Reklamcılık ve Reklamcılar, Çev. Murat Yurddaş, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2004. Cracknell, Andrew; Gerçek MadMen, Çev. Enver Yıldırım, MediaCat Yayınları, İstanbul, 2013 Dyer, Gillian, İletişim Dili Olarak Reklamcılık, Çev. N.Nurdan Öncel Taşkıran, Beta Yayınları, İstanbul, 2010
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üy. Murat Çelik	

### ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Reklam tarihi bilgisi	Knowledge of advertising history
2	Dünyada ve Türkiye'de reklamın izlediği gelişimi yorumlayabilme	Being able to interpret the progress of advertising in the world and in Turkey
3	Reklamcılığın günümüzdeki öneminin ve farklı uygulamalarının tarihsel kökenlerini açıklayabilme	Being able to explain the present importance of advertising and the historical roots of different implementations
4	Türkiye'de ve dünyada reklamcılığın gelişimini karşılaştırabilme	Being able to compare the progress of advertising in Turkey with the world

### 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: Kapsamı, gerekçesi, önemi, kural ve gerekleri	Tanışma, Anlatım			
	Introduction to the Course (Scope, Motive, Importance, Rules and Requirements)	Acquaintance, Lecture			
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Baskı Öncesi Dönem. Erken Baskı Dönemi. Yayılma Dönemi. Bütünleşme Dönemi. Bilimsel Gelişme Dönemi.	Anlatım			
	Pre-Printing Press Period. Early Printing Press Period. Expansion Period. Integration Period. Scientific Development Period	Lecture			
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ticari ve Sosyal Bütünleşme. Yaratıcı Devrim. Marka Dönemi.	Anlatım			
	Commercial and Social Integration. The Creative Revolution. Brand Period.	Lecture			
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Post Endüstriyel Dönem. Küreselleşme Dönemi. Dijital Reklamcılığın Yükselişi	Anlatım			
	Post Industrial Period. Globalization Period. The Rise Of Digital Advertising.	Lecture			
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Cumhuriyet Öncesi Dönemde Türkiye'de Reklamcılık	Anlatım			
	Advertising in Turkey in Pre-Republic Period	Lecture			

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Cumhuriyet Döneminde Türkiye'de Reklamcılık	Tartışma			
	Advertising in Turkey in the Republican Period	Discussion			
7	Reklamcılığın Geleceği	Tartışma			
	The Future of Advertising	Discussion			
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav (Vize)			
	Mid-term Exam	Mid-term Exam			
9	Literatür taraması ve makale kapsamının planlanması	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Literature survey and planning the context of the article	Preparation of a report based on literature			
10	Literatür taraması ve makale kapsamının planlanması	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Literature survey and planning the context of the article	Preparation of a report based on literature			
11	Literatür taraması ve makale kapsamının planlanması	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Literature survey and planning the context of the article	Preparation of a report based on literature			

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Literatür taraması ve makale kapsamının planlanması	Literatüre dayalı rapor hazırlama			
	Literature survey and planning the context of the article	Preparation of a report based on literature			
13	Makale sunumu ve sınıfla tartışılması	Proje Sunumu			
	Presentation of the article and discussion with class	Presentation of the project			
14	Makale sunumu ve sınıfla tartışılması	Proje Sunumu			
	Presentation of the article and discussion with class	Presentation of the project			
15	Makale sunumu ve sınıfla tartışılması	Proje Sunumu			
	Presentation of the article and discussion with class	Presentation of the project			
16	Final Sınavı	Final Sınavı			
	Final Exam	Final Exam			

## 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	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Rapor Sunma / Report Presentation	1	2.00	2.00
Makale Yazma / Writing Paper	1	20.00	20.00
Bireysel Çalışma / Self Study	8	4.00	32.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	10.00	10.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	10.00	10.00
Okuma / Reading	14	5.00	70.00
<b>Toplam / Total:</b>	<b>42</b>	<b>57.00</b>	<b>176.00</b>
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 176.00/30.00 = 5.87 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 176.00 / 30.00 = 5.87 ~			

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.Reklam tarihi bilgisi / Knowledge of advertising history	5						5					5				
2.Dünyada ve Türkiye'de reklamın izlediği gelişimi yorumlayabilme / Being able to interpret the progress of advertising in the world and in Turkey			5		5					4				5		
3.Reklamcılığın günümüzdeki öneminin ve farklı uygulamalarının tarihsel kökenlerini açıklayabilme / Being able to explain the present importance of advertising and the historical roots of different implementations						5			5							
4.Türkiye'de ve dünyada reklamcılığın gelişimini karşılaştırabilme / Being able to compare the progress of advertising in Turkey with the world		5									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