

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Advertising / Advertising	
Ders Kodu / Course Code	9204015522017	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Second Cycle / Second 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 derste, reklamcılık üzerinde kariyer yapmak isteyen kişiler için, reklamcılık yönetimi, karar verme ve kontrol süreci ve buna ilişkin uygulamadan örnekler verilecektir.	This course is for students who are preparing for a career in advertising. Also it provides an approach to the management of advertising and it is relevant to real world advertising planning, decision making and control.
İçeriği / Content	Bu ders reklamcılığa yönelik temel kavramlara yönelik bilgi kazandırmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda dersin temel başlıklarını şunlardır: Reklam Ve Reklamcılık Kavramları, Reklam Amaçlarının Oluşturulması, Mesaj Stratejileri ve Taktikleri, Medya Strateji Ve Taktikleri, Reklam Araçları ve Analizi ve Çevresel Faktörler	This course aims to provide knowledge about the main concepts in advertising. Advertisement and Advertising Concept, Forming Advertising Objectives, Message Strategies and Tactics, Media Strategies and Tactics, Advertising Tools and Analysis and Environmental Factors are the main topics of the course.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	- Batra R., Myers J. and Aaker D. (1996), Advertising Management, Prentice Hall - Clow, Kenneth E. and Baack, Donald E. (2008), Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications, Prentice Hall	- Batra R., Myers J. and Aaker D. (1996), Advertising Management, Prentice Hall - Clow, Kenneth E. and Baack, Donald E. (2008), Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications, Prentice Hall
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç. Dr. İpek KAZANÇOĞLU	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Reklam fonksiyonuna yönelik anlayış ve bilgi sahibi olabilmek	To be able to have knowledge and understanding about the management of the advertising function
2	Takım oluşturma ve iletişim becerilerini geliştirmek	To develop team building and communication skills

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılık Yönetimi Dersine Giriş				
	Introduction to Advertising Management course				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve Reklamcılık Kavramı				
	Advertisement and Advertising Concept				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılık Endüstrisi				
	Advertising Industry				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılığın Hedefleri				
	Advertising Objectives				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılık Planlaması ve Bütçelemesi				
	Advertising Planning and Budgeting				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Reklam Kampanyası Yönetimi				
	Advertising Campaign Management				
7	Reklamcılık Dizaynı				
	Advertising Design				
8	Ara sınav				
	Midterm Exam				
9	Reklamcılıkta Bölümlenme ve Konumlandırma				
	Segmentation and Positioning in Advertising				
10	Medya Stratejileri ve Taktikleri				
	Media Strategies and Tactics				
11	Reklamcılıkta Medya Seçimi				
	Advertising Media Selection				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Teknoloji ve Reklamcılık				
	Technology and Advertising				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılıkta Etik				
	Ethics in Advertising				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem Ödevi Sunumları				
	Term Paper Presentations				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem Ödevi Sunumları				
	Term Paper Presentations				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	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)
Okuma / Reading	10	2.00	20.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	3.00	60.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	20	2.00	40.00
Derse Katılım / Attending Lectures	16	3.00	48.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	4.00	4.00
Toplam / Total:	68	16.00	174.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 174.00/30.00 = 5.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 174.00 / 30.00 = 5.80 ~

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.Reklam fonksiyonuna yönelik anlayış ve bilgi sahibi olabilmek / To be able to have knowledge and understanding about the management of the advertising function	4	4	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1
2.Takım oluşturma ve iletişim becerilerini geliştirmek / To develop team building and communication skills	4	4	3	5	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1

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