

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)

2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı

REKLAM DİLİ VE SÖYLEM

Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
REKLAM DİLİ VE SÖYLEM	PR4212035	Bahar Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Prof.Dr. Meliha Nurdan TAŞKIRAN				
Dersi Verenler	Prof.Dr. Meliha Nurdan TAŞKIRAN				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Dersin amacı reklam söylemi kapsamında öğrencinin reklam görsel anlatı sanatlarına bilinçli bakması ve görünenin altındaki anlamı kavraması için gerekli çözümleme yöntemlerini kazandırmaktır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Reklamcılığın Kavramsal Çerçevesi ve kısa tarihi ,Reklam ve toplum; reklam amaçları ve pazarlama stratejileri ,Reklamın Unsurları; görsel ve yazılı bileşenler Dil kullanımı ve ideolojisi ,Reklamın Dilini oluşturan bileşenler : metin ve görsel/ cingil, renk ışık kamera çekim özellikleri/ aktör aktrist/ mekân, ortam, giyim aksesuarlar ,Göstergeler, Semboller, Simgeler, İmgeler ,Alana ilişkin doküman paylaşımı,Reklam Retoriği- görsel retorik kuramı ,Reklamda Anlam ve İdeoloji Reklamda Kültürel Farklılıklar ve Kültürel Kodlar ,Reklam Söylemi ve Retoriği ,Reklamda anlamın açığa çıkarılma yöntemleri ,Reklamda anlamın açığa çıkarılma yöntemleri ,reklam çözümlemeleri İkonografik yöntem ,Reklam Retoriği ve Çözümleme örnekleri ,Genel değerlendirme; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Reklam metninin yazılı ve görsel özelliklerini bilir ve anlatabilir 2. Reklam görsel metninin ile verilmeye çalışılan anlamı kavrar ve anlatır 3- Reklam ideolojisini kavrar ve açıklayabilir, 3. Reklamdaki dilsel ve görsel sanatları bilir ve açıklayabilir,			10, 13, 16, 19, 20, 21, 37, 9		A, E, G
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 19: Beyin Fırtınası Tekniği, 20: Tersine Beyin Fırtınası Tekniği, 21: Benzetim/Simülasyon Tekniği, 37: Bilgisayar Ve İnternet Destekli Öğretim, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, E: Ödev, G: Kısa Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Reklamcılığın Kavramsal Çerçevesi ve kısa tarihi				
2	Reklam ve toplum; reklam amaçları ve pazarlama stratejileri				
3	Reklamın Unsurları; görsel ve yazılı bileşenler Dil kullanımı ve ideolojisi				
4	Reklamın Dilini oluşturan bileşenler : metin ve görsel/ cingil, renk ışık kamera çekim özellikleri/ aktör aktrist/ mekân, ortam, giyim aksesuarlar				
5	Göstergeler, Semboller, Simgeler, İmgeler				
6	Alana ilişkin doküman paylaşımı				
7	Reklam Retoriği- görsel retorik kuramı				
8	Reklamda Anlam ve İdeoloji				
9	Reklamda Kültürel Farklılıklar ve Kültürel Kodlar				
10	Reklam Söylemi ve Retoriği				
11	Reklamda anlamın açığa çıkarılma yöntemleri				
11	Reklamda anlamın açığa çıkarılma yöntemleri				
12	reklam çözümlemeleri İkonografik yöntem				
13	Reklam Retoriği ve Çözümleme örnekleri				
14	Genel değerlendirme				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar

- 1- G. Dyer, İletişim Olarak Reklamcılık, Beta Yayınları, İstanbul, 2010.
- 2- J. Williamson, Reklamın Dili: Reklamda Anlam ve İdeoloji, Ütopya Yayınevi, İstanbul, 2011.
- 3- R. Küçükdoğan, Reklam Nasıl Çözülür, Beta Yayınları, İstanbul, 2009.
- 4- E. F. McQuarrie and B. J. Phillips. Go figure! New directions in advertising rhetoric. ME Sharpe, 2008.Reklam nasıl çözümlenir? Banu Doğtaş