

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)

2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı

REKLAM ÇÖZÜMLEMESİ

Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
REKLAM ÇÖZÜMLEMESİ	PR4214698	Bahar Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler	Reklamcılığa Giriş				
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Prof.Dr. Meliha Nurdan TAŞKIRAN				
Dersi Verenler	Prof.Dr. Meliha Nurdan TAŞKIRAN				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Dersin amacı reklamın görseli ve amaçlanan hedefi ne şekilde aktardığının farkındalığını oluşturmaktır. Görselde sunulan anlam mantığının tüketiciye sunum ve hitap basamaklarının, sunum ve ikna stratejilerinin keşfine çağrı dersidir.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Dersin içeriği, akış anlatım yöntemleri dersin önemi, dersin kapsamı dersten beklentiler ders sorumlusunun beklentileri, sınav yöntemlerinin tanıtılması,Reklamcılığın kısa tarihçesi; gelişim ve çıkış noktası,Türkiye de reklam sektörü; anlam yaratımında temel alanlar; ideolojik temeller; kapitalizm vs sosyalizm; temel reklamcılık kavramları,Reklamın etkileri,Reklam ne anlatır? Nasıl anlatır?,Reklamda anlamın oluşturulması; Göstergibilim ve İdeoloji,Reklam dili; özellikler; seslendirme, tonlama, dil kullanımı; mecazi dil; dilsiz reklam reklam çözümleme teori 1,Reklam dili; özellikler; seslendirme, tonlama, dil kullanımı; mecazi dil; dilsiz reklam reklam çözümleme teori 1,Reklam çözümleme method1 çözümleme örnekleri,Reklam çözümleme örnekleri,Reklam çözümleme örnekleri,Görsel hikâyeleme; dramatik reklam serileri ve oluşturulmak istenen anlam bütünü,Reklam çözümleme örnekleri,Genel Değerlendirme; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
Öğretim Yöntemleri					
Ölçme Yöntemleri					
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Dersin içeriği, akış anlatım yöntemleri dersin önemi, dersin kapsamı dersten beklentiler ders sorumlusunun beklentileri, sınav yöntemlerinin tanıtılması				
2	Reklamcılığın kısa tarihçesi; gelişim ve çıkış noktası	Kitap İletişim olarak Reklamcılık giriş bölümü okunmalı			
3	Türkiye de reklam sektörü; anlam yaratımında temel alanlar; ideolojik temeller; kapitalizm vs sosyalizm; temel reklamcılık kavramları				
4	Reklamın etkileri				
5	Reklam ne anlatır? Nasıl anlatır?				
6	Reklamda anlamın oluşturulması; Göstergibilim ve İdeoloji				
7	Reklam dili; özellikler; seslendirme, tonlama, dil kullanımı; mecazi dil; dilsiz reklam reklam çözümleme teori 1				
8	Reklam dili; özellikler; seslendirme, tonlama, dil kullanımı; mecazi dil; dilsiz reklam reklam çözümleme teori 1				
9	Reklam çözümleme method1 çözümleme örnekleri	Öğrenci reklam örnekleri araştırır sınıfta çözülmek üzere arkadaşlarına sunar			
10	Reklam çözümleme örnekleri				
11	Reklam çözümleme örnekleri				
12	Görsel hikâyeleme; dramatik reklam serileri ve oluşturulmak istenen anlam bütünü				
13	Reklam çözümleme örnekleri				
14	Genel Değerlendirme				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar
Dyer, Gillian, İletişim Olarak Reklamcılık, çev M.N.Taşkıran