GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Advertising / Advertising	
Ders Kodu / Course Code	ÜS1610.3B	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Pre-Bachelor / Pre-Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	2.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Normal Education / Normal Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Bu dersi alan öğrenciler; -interaktif reklamcılığın gelişimini ve tüketiciler üzerindeki etkilerini inceler, tecrübe bazlı iletişim yaratmada yeni medya kullanımını analiz eder -online reklamcılığın, interaktif kioskların, gerillanın stratejik ve iletişimsel yönlerini analiz eder. -Çevrimiçi ve çevrimdışı ikna edici interaktif pazarlama materyalleri geliştirmek için gerekli olan kullanıcı deneyimi, içerik üretimi, sosyal medya yönetim araçları gibi ilkeleri sağlar.	Students taking this course; - examines the development of interactive advertising and its effects on consumers, analyzes the use of new media in creating experience-based communication - strategic and communicative communication of online advertising, interactive kiosks, guerrilla analyzes aspects. - Persuasive interactive marketing materials online and offline user experience, content production, social media Provides policies such as management tools.
İçeriği / Content	Ders, iletişim ve pazarlamanın “human era”sında interaktif reklamcılığın nasıl hayati bir önem kazandığına odaklanır. En iyi örneklerin analizi ile bu ders, etkileşim ve katılım için kullanılan kavramlar, yapılar ve en popüler medya ile aşina olunmasına yardımcı olacaktır. Öncelikli olarak dijital kampanyalar, dijital reklamcılık türleri, Youtube/Facebook/Instastories/Twitter, mobil uygulamalar, sosyal medya yönetimi, oyun, sanal gerçeklik gibi platformların verimli kullanılmasına odaklanacak olan ders, aynı zamanda gerilla, out of home, shopper marketing gibi çevrimdışı interaktif reklamcılık konularını da ele alacaktır.	Interactive advertising in the "human era" of course, communication and marketing. focuses on how it becomes vital. With the analysis of the best examples, this concepts, structures and the most popular Familiarity with the media will help. Primarily digital campaigns, types of digital advertising, Youtube/Facebook/Instastories/Twitter, mobile apps, social media efficient use of platforms such as game management, games and virtual reality. The course that will focus on is also guerrilla, out of home, shopper. It will also cover topics of offline interactive advertising, such as marketing.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	yok	none
Staj Durumu / Internship Status	yok	none

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ders notları	Lecture notes
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr.Gör.Fatma Betül KARACA	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Bugünün iletişim dinamiklerinde interaktif reklamcılığın hayati önemini kavramak.	To grasp the vital importance of interactive advertising in today's communication dynamics.
2	Çevrimiçi ve çevrimdışı interaktif reklamcılığın konvansiyonel reklamcılıktan nasıl farklılıklar gösterdiğine dair bir anlayış edinmek.	Gain an understanding of how online and offline interactive advertising differs from conventional advertising.
3	Çevrimiçi ve çevrimdışı interaktif reklamcılığın konvansiyonel reklamcılıktan nasıl farklılıklar gösterdiğine dair bir anlayış edinmek.	Gain an understanding of how online and offline interactive advertising differs from conventional advertising.
4	İnteraktif reklamcılığı şekillendiren yaratıcı, tasarımsal ve sosyal unsurları analiz edebilmiş ve tartışmış olmak.	Ability to analyze and discuss the creative, design and social elements that shape interactive advertising.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Dersle ve dersin içeriğiyle ilgili genel bilgi verilmesi, İnteraktif Reklamcılığa Giriş				
	Providing general information about the course and its content, Introduction to Interactive Advertising				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
2	Grup Çalışması: İnteraktif reklamların en iyi örneklerinin analizi.				
	Group Work: Analysis of the best examples of interactive advertisements.				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
3	Hikayeciliğin interaktif reklamcılıktaki önemi				
	The importance of storytelling in interactive advertising				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
4	Hikayecilik konusunun devamı, marka hikayeleri analizi- Grup çalışması				
	Continuation of storytelling, brand stories analysis- Group work				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
5	Sosyal medya topluluğu oluşturmak ve yönetmek				
	Creating and managing a social media community				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Twitter ve Dijital Ölçüm				
	Twitter and Digital Measurement				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Facebook nasıl daha verimli kullanılabilir? - Hedefleme ve değerlendirme				
	How can Facebook be used more efficiently? - Targeting and evaluation				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Vize sınavı				
	midterm exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Youtube ve etkileyenleri				
	Youtube and its influencers				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	VR teknolojisinin kullanımı - en iyi örnek analizleri				
	Use of VR technology - best case studies				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Video oyunlar - en iyi örnek analizleri				
	Video games - best case studies				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Mobil reklamcılık / Native reklamcılık, En iyi örnek analizleri				
	Mobile advertising / Native advertising, Best case analytics				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Mobil reklamcılık / Native reklamcılık, En iyi örnek analizleri				
	Mobile advertising / Native advertising, Best case analytics				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Cannes kısmı: 2017 interaktifte en iyi Cannes yarışmacılarının analizi				
	Cannes section: analysis of the best Cannes contestants in 2017 interactive				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Genel tekrar				
	An overview				

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 Yükü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Beyin Fırtınası / Brain Storming	12	3.00	36.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	28	7.00	66.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yükü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 66.00/30.00 = 2.20 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 66.00 / 30.00 = 2.20 ~

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program					
	1.1.1	2.1.1	3.1.1	3.2.1	3.3.1	3.4.1
1.Bugünün iletişim dinamiklerinde interaktif reklamcılığın hayati önemini kavramak. / To grasp the vital importance of interactive advertising in today's communication dynamics.	3	3	2	4	4	3
2.Çevrimiçi ve çevrimdışı interaktif reklamcılığın konvansiyonel reklamcılıktan nasıl farklılıklar gösterdiğine dair bir anlayış edinmek. / Gain an understanding of how online and offline interactive advertising differs from conventional advertising.	3	2	4	4	2	4
3.Çevrimiçi ve çevrimdışı interaktif reklamcılığın konvansiyonel reklamcılıktan nasıl farklılıklar gösterdiğine dair bir anlayış edinmek. / Gain an understanding of how online and offline interactive advertising differs from conventional advertising.	4	4	2	3	3	3
4.İnteraktif reklamcılığı şekillendiren yaratıcı, tasarımsal ve sosyal unsurları analiz edebilmiş ve tartışmış olmak. / Ability to analyze and discuss the creative, design and social elements that shape interactive advertising.	4	3	3	3	1	4

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