

REKLAMCILIK VE TANITIM ANABİLİM DALI
LİSANSÜSTÜ PROGRAMLARI DERS İÇERİKLERİ
DOKTORA PROGRAMI DERS İÇERİKLERİ

Dersin Adı ve Dersin Kodu	Dersi Veren Öğretim Üyesi	Ders İçeriği
Reklam ve Tanıtımda Müşteri Davranışları HIT8204	Prof. Dr. K. Nazlım Tüzel Uraltaş	Doktora seviyesinde verilen bu ders, tüketicilerin satın alma davranışlarını derinlemesine çözümlemeyi amaçlamaktadır. Davranış bilimleri, psikoloji, sosyoloji ve kültürel çalışmalar ışığında müşteri karar süreçleri tartışılır. Öğrenciler, gelişmiş kuramsal modeller ve araştırma yöntemleriyle müşteri davranışlarını akademik düzeyde irdeleyerek, hem akademik hem de profesyonel uygulamalara katkı sağlayacak bir perspektif geliştirirler.
Reklam Araştırmaları ve Satış Etkinliği HIT8201	Doç. Dr. Betül Özkaya	Bu dersin amacı, reklam araştırmaları ve reklamın satış üzerindeki etkisinin ölçümüne yönelik bilgiler vermek ve öğrencilerin bilimsel düşünme, eleştirel analiz yapma ve stratejik kararlar alabilme becerilerini geliştirmektir. Dersin içeriğini pazarlama araştırmaları, reklam araştırmaları, reklam araştırma süreci ve aşamaları (problemin tanımlanması, hipotez/soru oluşturma, ana kütle ve

		örnekleme seçimi, sınırlılıklar, veri toplama, analiz, yorumlama ve raporlama), reklam araştırmalarında kullanılan yöntemler, reklamın iletişim etkinliğinin ölçülmesi, reklamın satış etkinliğinin ölçülmesi, reklam etkinliğinin ölçülmesinde karşılaşılan güçlükler oluşturmaktadır.
Reklam Felsefesi HIT8203	Prof. Dr. Alparslan Nas	Reklam Felsefesi dersi, reklam olgusuna ilişkin felsefi yaklaşımların kıta felsefesi perspektifinde bir değerlendirmesini ve eleştirel sorgulamasını içermektedir. Reklam, felsefi açıdan pek çok yönden ele alınabilecek, birey ve toplum arasındaki ilişkilerde önemli bir yerde konumlanan son derece kritik bir olgudur. Reklamın felsefi açıdan sorgulanması, reklamın varlığının birey ve toplum üzerindeki etkilerinin farklı açılardan ele alınmasını gerektirmektedir. Bu ders kapsamında öğrenciler, reklamı felsefi açıdan, özellikle eleştirel teori ve kıta felsefesinin kesişim noktalarından hareketle sorgulayan bir dizi metin okuyacaklar, makaleler yazacaklar sınıf içi tartışmalar gerçekleştireceklerdir. Bu dersin sonunda öğrenciler, Reklamcılık ve Tanıtım

		doktora programındaki gelecekteki çalışmalarında faydalı olabilecek gerekli kuramsal donanım kavuşacaklardır. Ayrıca, ders kapsamında hazırlayacakları makalelerle öğrenciler, orijinal araştırma soruları bulma, bunları akademik bir dille yazıya dökme ve sunum tecrübesi edinme noktasında önemli deneyimler kazanmış olacaklardır.
İkna Kuramları ve Etkili İletişim HIT8215	Doç. Dr. Merve Çerçi	İkna Kuramları ve Etkili İletişim dersi, bireylerin ve toplulukların düşünce, duygu ve davranışlarını etkilemeye yönelik iletişim süreçlerini kapsamlı biçimde ele alır. Reklamcılık ve tanıtım bağlamında ikna edici mesajların nasıl üretildiği, hangi psikolojik ve sosyo-kültürel dinamiklerle şekillendiği ve hangi iletişim kuramlarıyla açıklanabileceği bu dersin odak noktalarıdır. Öğrenciler ders kapsamında, ikna kuramlarının tarihsel gelişimini ve güncel uygulamalarını tartışırken, aynı zamanda etkili iletişim stratejileri tasarlama, eleştirel analiz yapma ve kuramsal bilgiyi pratik örneklerle ilişkilendirme becerisi kazanacaklardır.

Modernizm Postmodernizm Ekseninde Reklam ve Tanıtım HIT8213	Doç. Dr. Sinem Güdüm	"Modernizm - Postmodernizm Ekseninde Reklam ve Tanıtım" dersi, reklamcılığı tarihsel, kültürel ve kuramsal bağlamda ele alarak, özellikle modern ve postmodern estetik, düşünce yapıları, ideolojiler ve iletişim biçimleri üzerinden reklam/tanıtım pratiklerini analiz etmeyi amaçlar. Bu ders, doktora seviyesinde olduğu için daha soyut, kuramsal ve eleştirel bir yaklaşım gerektirir. Bu bağlamda, reklamda post- modern anlatılar ya da tarihsel süreçteki reklam simülasyon senaryoları irdelenerek yaratıcı bir süreç de derse entegre edilmektedir.
---	-------------------------	--

TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI DERS İÇERİKLERİ

Ders Adı ve Dersin Kodu	Dersi Veren Öğretim Üyesi	Ders İçeriği
Reklam ve Toplum HIT7204	Prof. Dr. K. Nazlım Tüzel Uraltaş	Bu ders, reklamcılığın toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini eleştirel bir bakış açısıyla incelemektedir. Derslerde reklamların yalnızca bir pazarlama aracı değil, aynı zamanda kültürel değerleri, kimlikleri ve tüketim pratiklerini şekillendiren güçlü bir iletişim aracı olduğu güncel örnekler üzerinden

		tartışılmaktadır. Öğrenciler, reklam ile toplum arasındaki karşılıklı etkileşimi kuramsal çerçeveler ve gündelik yaşam pratikleri üzerinden analiz etme becerisi kazanırlar.
Reklam Araştırmaları HIT7203	Doç. Dr. Betül Özkaya	Bu dersin amacı, reklam araştırmalarında kullanılan temel kavramları, araştırma sürecinin aşamalarını ve araştırma yöntemlerini derinlemesine inceleyerek öğrencilere teorik ve uygulamaya yönelik bilgiler vermektir. Dersin içeriğini araştırma kavramı, pazarlama araştırmaları, reklam araştırmaları ve önemi, reklam araştırmalarının temel kavramları, reklam araştırma süreci ve aşamaları, reklam araştırmalarında kullanılan yöntemler (nitel araştırma yöntemi, nicel araştırma yöntemi, karma araştırma yöntemi) oluşturmaktadır.
Dijital İmaj ve Reklam HIT7205	Prof. Dr. Alparslan Nas	Bu dersin amacı, reklamcılık alanında yüksek lisans yapan öğrencilere analitik ve eleştirel bir dijital reklam çalışmaları perspektifi sunmaktır. Bu doğrultuda öğrencilerin; ilgi duydukları konuları belirlemeleri, bu konular doğrultusunda dersin şekillenmesine aktif katkı sağlamaları, ilgili konularda literatür taraması yapmaları, reklam ve dijital iletişim alanında

		metodolojik imkanlar üzerine düşünmeleri, üzerine çalıştıkları konular üzerine sunum konuları belirlemeleri ve gerçekleştirdikleri sunumlardan hareketle bir final makalesi yazmaları amaçlanmaktadır. Bu sayede dersi alan öğrenciler, gelecekte üzerine bir tez çalışması yapmayı düşünebilecekleri konuları bulabilecek veya bu konular üzerine bir makale veya konferans bildirisi çıkarabilecek donanıma kavuşacaklardır.
Yöntembilim ve Araştırma Yöntemleri HIT7213	Doç. Dr. Deniz Güven	Ders kapsamında bilimin nedenleri ve sonuçları, bilimsel düşünce biçimi, bilgi, bilimsel bilgi, bilimsel bilginin nitelikleri, bilimsel yöntemin ne olduğu, bilimsel yöntemin kurucuları, bilim felsefesi, bilimsel yöntem, yöntem, araştırma yöntemi kavramlarının farkları, bilimsel araştırmada temel paradigmlar, araştırma yöntemleri ve süreçleri, araştırma yöntemlerinde temel yaklaşımlar, nitel, nicel ve karma araştırma yöntemleri ele alınacaktır. Öğrenciler dönem süresince en az bir sunum hazırlamakla sorumludur.

Satın Alma Davranışı ve Ürün Tutundurma HIT7219	Doç. Dr. Merve Çerçi	Satın Alma Davranışı ve Ürün Tutundurma dersi, tüketicilerin karar alma süreçlerini psikolojik, sosyolojik ve kültürel kuramlar ışığında inceleyerek reklamcılık ve pazarlama iletişiminin bu süreçler üzerindeki etkilerini tartışmayı amaçlamaktadır. Ders kapsamında planlı satın alma, ani satın alma, gösterişçi tüketim, FOMO ve planlı eskitme gibi güncel tüketici davranışları ele alınırken; açık hava, televizyon, basılı medya gibi geleneksel reklam araçlarının yanı sıra sosyal medya, influencer iş birlikleri ve kişiselleştirilmiş dijital reklamlar gibi çağdaş tutundurma yöntemleri de vaka analizleri üzerinden değerlendirilecektir. Öğrenciler, hem kuramsal hem uygulamalı bir bakış açısı geliştirerek reklam stratejilerinin tüketici üzerindeki etkilerini anlamayı, bu etkileri eleştirel bir çerçevede yorumlamayı ve alternatif yaklaşımlar geliştirmeyi öğreneceklerdir.

Sosyal Medya ve Reklam HIT7222	Doç. Dr. Sinem Güdüm	Yeni Medya ve Sosyal Medya nedir? Sosyal medyayı ‘sosyal’ yapan nedir? Tüm bu sorularbu ders kapsamında irdelenecektir. Web EVRELERİ, Web 2.0 kapsamında sosyal medya platformlarının özellikleri ve reklamcılıktaki yenilikler ele alınacaktır. Dijital reklamcılıkta online pazarlama kampanyası, kriz, itibar ve müşteri yönetimi süreçleri incelenecek, SEO/SMO gibi online reklam türleri ve sosyal medyada etkili reklam yönetimi ele alınacaktır
Kurumsal İletişim HIT210	Dr. Öğr. Üyesi Rafet Aykut Akay	
Kültürlerarası Reklam HIT7206	Öğr. Gör. Burçin Ertürk	

TEZSİZ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI DERS İÇERİĞİ

Ders Adı ve Dersin Kodu	Dersi Veren Öğretim Üyesi	Ders İçeriği
Tüketici Davranışları Çözümlemesi HIT7903	Prof. Dr. K. Nazlım Tüzel Uraltaş	Dersin odağında, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen bireysel, psikolojik, sosyal ve kültürel faktörler bulunmaktadır. Öğrenciler, güncel örnekler ve vaka analizleri aracılığıyla tüketici davranışlarını çözümlemeyi öğrenir; elde ettikleri bilgileri reklam ve pazarlama stratejilerine uygulayabilecek analitik bir bakış açısı kazanırlar.
Bilimsel Araştırma Yayın Etiği HIT7925	Doç. Dr. Betül Özkaya	Bu dersin amacı, öğrencilere etik ilkeler doğrultusunda bilimsel araştırma yürütme bilgi ve becerisini kazandırmak ve bu sayede

		onların analitik ve eleştirel düşünme yetkinliklerini geliştirmektir. Dersin içeriğini bilimsel bilgi ve araştırma, bilimsel araştırmaya ilişkin temel kavramlar, bilimsel araştırma türleri, bilimsel araştırma süreci ve aşamaları, bilimsel araştırmalarda uygulanması gereken etik kurallar, araştırmacı sorumluluğu ve toplumsal duyarlılık oluşturmaktadır.
Propaganda, Reklam ve Tanıtım Uygulama Araç ve Teknikleri HIT7913	Prof. Dr. Alparslan Nas	Bu dersin amacı, reklamcılık alanında tezsiz yüksek lisans yapan öğrencilere analitik ve eleştirel bir iletişim/medya çalışmaları perspektifi sunmaktır. Derste reklamcılığa dair temel sorunsallar teorik bir duyarlılıkla tartışılacaktır. Toplumsal ve kültürel boyutlarıyla ele alınacak olan reklam olgusu, örnekler üzerinden eleştirel boyutlarıyla değerlendirilecektir. Ders boyunca reklam alanındaki küresel trendler, özellikle iletişim perspektifinden hareketle incelenecektir. 20. yüzyıl boyunca ve son yirmi yıl içerisinde reklam ve marka iletişimi kapsamında ortaya çıkan global akımlar ve bunların Türkiye’deki tüketim alışkanlıklarına yönelik etkisi kapsamlı bir biçimde ele alınacaktır. Bu doğrultuda ders kapsamında öğrencilere eleştirel iletişim teorileri anlatılacak ve öğrencilerin bu teorik araçları kullanarak

		reklam ve marka iletişimi süreçlerine dair derinlikli analiz yapabilmesi sağlanacaktır.
Reklam Tasarımı ve Yaratıcılık HIT7915	Doç. Dr. Merve Çerçi	
Reklamda İkna HIT7905	Doç. Dr. Sinem Güdüm	"Reklamda İkna" başlıklı tezsiz yüksek lisans dersi, reklamcılıkla ilgili temel kavramlardan biri olan ikna stratejilerini hem teorik hem de pratik açıdan inceler. Bu dersin amacı, reklamların nasıl ikna edici mesajlar oluşturduğunu, hedef kitleyi nasıl etkilediğini ve hangi psikolojik, kültürel ve iletişimsel tekniklerin kullanıldığını anlamaktır. Ders, genellikle reklamcilik, psikoloji, iletişim, medya çalışmaları ve pazarlama alanlarına odaklanarak, öğrencilere reklamların ikna gücünü analiz etme ve bu gücü etik bir şekilde kullanma becerisi kazandırmayı hedefler.