

**YÜKSEK İHTİSAS ÜNİVERSİTESİ SAĞLIK HİZMETLERİ MESLEK YÜKSEKOKULU SEÇMELİ DERS İÇERİĞİ**

Ders Adı	Ders Kodu	Yarıyıl	Teorik Ders Saati	Uygulama Ders Saati	Kredi	AKTS
Eleştirel Reklam Okur Yazarlığı	TDS-SEC 129	1.Yarıyıl	2	0	2	2
Dersin Önkoşulları	Dersin ön koşulu bulunmamaktadır					
Dersin Dili	Türkçe					
Dersin Türü	Seçmeli					
Dersin Veriliş Biçimi	Yüz yüze					
Dersin Sorumluları	Öğr.Gör. Sinem UTANIR ALTAY					
Dersin Amacı	Tarihsel dönemlerine göre reklamın yazılı ve görsel unsurlarının özelliklerini karşılaştırmak, reklamın ekonomi, siyaset, sağlık ve kültürel düzlemlerle ilişkisini anlamlandırmak ve eleştirel görsel okur-yazarlık becerisi kazandırmak dersin amacını oluşturmaktadır.					
Dersin Öğrenme Kazanımları	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Reklamı kavramını ve tarihçesini öğrenir</li><li>2) Reklamlardaki unsurlar arasında neden sonuç bağıını kurar.</li><li>3) Reklamı oluşturan unsurları disiplinlerarası alan bilgisiyle analiz eder.</li><li>4) Reklamlarda sağlık iletişimini öğrenir.</li></ol>					
Ders İçeriği	<ol style="list-style-type: none"><li>1.Hafta: Reklamcılık Kavramı ve Tarihi (Türkiye’de ve dünyada)</li><li>2.Hafta: Yazılı, görsel ve işitsel reklamların tanımlanması ve reklamı oluşturan unsurların analizi</li><li>3.Hafta: Reklam analizinde kullanılan yöntemlerin tartışılması</li><li>4.Hafta: Eleştirel teorinin reklam analizine katkıları</li><li>5.Hafta: Kültürel çalışmalar ekolünün izleyici ve metin anlayışı</li><li>6.Hafta: Göstergebilimsel analizle yapılan reklam çalışmalarının analizi</li><li>7.Hafta: Ara Sınav</li><li>8.Hafta: Reklamlarda Anlam ve İdeoloji</li><li>9.Hafta: Reklamlarda Sınıf Olgusu</li><li>10.Hafta: Sağlık Reklamları</li><li>11.Hafta: Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet Olgusu</li><li>12.Hafta: Reklam Eleştirileri ve çözümlemeleri (Uygulamalı)</li><li>13.Hafta: Reklam Eleştirileri ve çözümlemeleri (Uygulamalı)</li><li>14.Hafta: Reklam Eleştirileri ve çözümlemeleri (Uygulamalı)</li></ol>					

Öğretim Yöntem ve Teknikleri	I. Anlatım Yöntemi			
Önerilen Kaynaklar	<p>Yıldırım- Becerikli, Sema (2011), Halkla İlişkiler ve Reklamın Anatomisi Eleştirel Bir Kavrayış, Ütopya Yayınları, Ankara</p> <hr/> <p>Dağtaş, Banu (2003), Reklamı Okumak, Ütopya Yayınları, Ankara</p> <p>Ders Sunumları, kitap ve öğretim elemanının önereceği makale ve diğer kaynaklar</p>			
Staj-Uygulama	YOK			
Değerlendirme Yöntemi ve Geçme Kriterleri	Sayısı	Toplam Katkısı(%)		
Ara Sınav	1	40		
Toplam (%)		40		
Yarıyıl içi çalışmalarının başarı notuna katkısı		40		
Final Sınavı	1	60		
Toplam (%)		100		
Program yeterlilikleri (P) / Dersin Öğrenme Kazanımları (Ö) Matrisi				
	Ö1	Ö2	Ö3	Ö4
P1				
P2				
P3				
P4				
P5				X
P6				
P7				
P8				
P9				
P10				
P11				