

Contenus

| Nom du Cours | | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|--------------------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| RPP362 | Analyses des Campagnes Publicitaires | 6 | 2 | 0 | 0 | 2 | 3 |

| | |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis | |
| Conditions d'Admission au Cours | |

| | |
|-------------------|--|
| Langue du Cours | Turc |
| Type de Cours | |
| Niveau du Cours | Licence |
| Objectif du Cours | L'objectif de ce cours est d'offrir de différents outils d'analyse des campagnes publicitaires par le biais des études de cas. |
| Contenus | <p>méthodes pour analyser les campagnes publicitaires études de cas</p> <p>1.er cours: les principes d'une campagne de publicité efficace. 2.em cours: différentes méthodes pour analyser les campagnes publicitaires (1) 3.em cours: différentes méthodes pour analyser les campagnes publicitaires (2) 4.em cours: l'analyse des campagnes publicitaires du point de vue de la cible 5.em cours: la persuasion visuelle dans les campagnes publicitaires 6.em cours: les effets de l'humour dans les campagnes publicitaires 7.em cours: les principaux thèmes dans les campagnes publicitaires contemporaines 8.em cours: Analyse des campagnes basées sur l'USP 9.em cours: Analyse des campagnes de l'image de la marque 10. em cours: Analyse des campagnes de positionnement 11.em cours: Présentation 12. Présentation 13. Présentation 14.em cours: Présentation</p> |
| Ressources | <p>Paul Rutherford,. Yeni İkonalar, Çev.Mustafa K. Gerçeker, İstanbul, Yapı Kredi 1996. Judith Williamson. Reklamların Dili: Reklamlarda Anlam ve İdeoloji, trad: Ahmet Fethi, Ankara, Ütopya, 2001. John Tomlinson. Kültürel Emperyalizm, trad. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul, Ayrıntı 1999</p> |

Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets |
|---------|---|
| 1 | différentes méthodes pour analyser les campagnes publicitaires |
| 2 | différentes méthodes pour analyser les campagnes publicitaires (1) |
| 3 | différentes méthodes pour analyser les campagnes publicitaires (2) |
| 4 | l'analyse des campagnes publicitaires du point de vue de la cible |
| 5 | la persuasion visuelle dans les campagnes publicitaires |
| 6 | les effets de l'humour dans les campagnes publicitaires |
| 7 | les principaux thèmes dans les campagnes publicitaires contemporaines |
| 8 | les études de cas Effie (1) |
| 9 | les études de cas Effie (2) |
| 10 | les études de cas Effie (3) |
| 11 | les études de cas Effie (4) |
| 12 | analyse des campagnes publicitaires internationales (1) |
| 13 | analyse des campagnes publicitaires internationales (2) |
| 14 | analyse des campagnes publicitaires internationales (3) |