

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
RPP203 Principes de la Publicité	3	2	0	0	2	3
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Électif					
Niveau du Cours	Licence					
Objectif du Cours	L'objectif de ce cours est de transmettre aux étudiants les éléments principaux sur la publicité et de les éclaircir sur le concept de la publicité, le développement de la publicité, la situation actuelle de la publicité ainsi que ses mécanismes de persuasion.					
	définition de la publicité institutions publicitaires					
Contenus	processus du fonctionnement de la publicité histoire de la publicité publicité et réglementations juridiques					
Ressources	Mike Featherstone, Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, İstanbul, Ayrıntı, 1997. Varda Langholz Leymore, Hidden Myth: Structure&Symbolizm in Advertising, New York, Basic Books Inc., 1975. Nicolas Riou, Pub Fiction: Société Postmoderne et Nouvelles Tendances Publicitaires, Paris, Editions d'Organisation, 1999.					

Intitulés des Sujets Théoriques

- | Semaine | Intitulés des Sujets |
|---------|--|
| 1 | la définition de la publicité |
| 2 | les institutions publicitaires |
| 3 | les genres de publicité |
| 4 | le processus du fonctionnement de la publicité |
| 5 | l'histoire de la publicité |
| 6 | l'histoire de la publicité |
| 7 | la publicité en Turquie |
| 8 | la publicité en Turquie |
| 9 | les codes de la publicité |
| 10 | la publicité et la créativité |
| 11 | les courants de la publicité |
| 12 | la publicité et la rhétorique |
| 13 | les supports publicitaires |
| 14 | la publicité et les réglementations juridiques |