

Contenus

| 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. |
| Contenus | définition de la publicité institutions publicitaires 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 |