Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
COM316	Créativité en Publicité	6	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	Examiner les concepts de base tels que la consommation, le plaisir, le temps, la moralité et la responsabilité, le désir, le bonheur, la langue, l'art, le travail humain, la justice d'un point de vue philosophique. Appréhender les conditions d'émergence des grandes marques dans les secteurs de l'automobile, du savon et de la pharmacie historiquement. Examiner les relations entre la publicité, le marketing et la pensée créative. Démontrer comment les entreprises peuvent créer des marques permanentes avec leurs idées créatives de marketing et de publicité. Pour rappeler le cerveau créatif, la pensée créative, les techniques et les règles. Mettre l'accent sur les nouvelles techniques de communication marketing tout en discutant de la transformation numérique. Discuter des nouvelles dimensions de la communication de masse et où le marketing peut évoluer au 21e siècle.
Contenus	Dans ce cours, les concepts et les pratiques dans les domaines du marketing, de la créativité, de la publicité et de la communication numérique seront traités à travers des exemples réussis / infructueux.

Ressources	-David Ogilvy , Confession of an Advertising Man , 2011 South Bank publishing (1963'te yapılmış birinci baskının yazar tarafından revize edilmiş hali). -Marcel Bleustein -Blanchet , İkna Hırsı , Bir Fransız reklamcının anıları, çev: Cüneyt Akalın ,Yorum Ajans yayınları ,1995. -Jim Aitchison , Basın İlanı Böyle Yapılır , çev: Serkan Balak, Okuyan Us yayınları, 2006. -Pat Fallon, Fred Senn , Portakalı Sıkmak, çev: Ümit Şensoy , Optimist yayınları , 2007. -Robert Heath , Bilinçaltımdaki Reklamlar , reklamlar bizi nasıl etkiler? Çev: Emrah Bilge, MediaCat kitapları , 2013. -How To Be More Creative , David Edwards ,Occasional Productions,1996. -Claude Hopkins , Reklamcılık Yaşantım & Bilimsel Reklamcılık , Yapı Kredi yayınları ,1996. -Al Ries , Jack Trout , Marketing Warfare, 20.th Anniversary edition , McGraw-Hill ,2006. -Gilles Lipovetsky , Le Bonheur Paradoxal , Gallimard, col: Folio essais,2006. -Thierry Maillet , Le Marketing et son histoire , ou le mythe de sisyphe réinventé , Pocket,2010. - Jean Marie Dru , La publicité autrement, Gallimard, Le Débat , 2007. - Richard Susskind , Daniel Susskind, The future of the professions , How technology will transform the work of human experts , Oxford University Press 2015. - Dominique Cardon , A quoi revent les algoritmes ,Nos vies a l'heure des big data , Seuil , République des idées, 2015 - Philippe Jourdan , Valérie Jourdan , Jean-Claude Pacitto Le Marketing de la Grenouille , Nouvelle strategies des marques pour nouveaux consommateurs , Editions Kawa 2017. - Giles Lipovetsky, Plaire et Toucher , essai sur la société de seduction , Gallimard 2017. - Jean-Marie Dru, NEW, 15 approches disruptives de l'innovation, Pearson, 2016. - John Hegarty , Hegarty On Advertising , Thames &Hudson 2017, Turning intelligence into magic. - Celil Oker , Genç Yazarlar için hikaye Anlatıcılığı Kılavuzu , Altın Kitaplar 2018 . Biraz farklı sulara açılmak için: - Walter Benjamin, Sur le Concept de l'Histoire, Petite Bibliothèque de Payot,2013. -Karl Jaspers , La Culpabilité Allemande , Les Éditions de Minuit , col: arguments, 1990. Max Horkheimer – Theodor W.Adorno , La Dialectique de la Raison , fragments philosophiques, ilk baskı 1944 NewYork , 1974 pour la traduction Française , Gallimard , 1974. - Le Temps des Magiciens , 1919 -1929 l'invention de la pensée moderne , Wolfram Ellenberger , 2019. -Benjamin,Barthes ve Fotografın Tekilliği , Kathrin Yacavone ,çev: Simber Atay ve MelihTumen ,Hayalperest Yayınları 2015. -Michel Bourse , Halime Yücel, İletişim Bilimlerinin Serüveni , Ayrıntı yayınları, Schola Ayrıntı dizisi, 2012. -Richard Appignanesi, Chris Garratt, Post-Modernism İcon Books Limited, 2013 -Catherine Dedieu, Christine Removille , Métamorphoses du Marketing , Economica , 2012. -Philip Kotler , Marketing 4.0 , Le Passage au Digital , De Boeck supérieur , 2017 -Atilla Aksoy , Yeni Reklamcılık , İstanbul Bilgi Üniversitesi yayınları,2005. -Guilano da Empoli, Les İngénieurs du Chaos , Ed. JCLattés, 2019. -Anti bible du marketing et du management , 30 principes fondamentaux a l'épreuve des faits, Paul Millier , Pearson Education , France , 2007 - Gerald Bronner , Apocalypse cognitive , PUF , 2021 - Jean Marc Bally , Xavier Desmaison , Comment la Silicone Valley a gagné la guerre de marketing , Harmann , 2020 -Cynthia Fleury, Les irremplaçables, essais folio, Gallimard,2015

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets