

## Contenus

| Nom du Cours |                                     | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|-------------------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| COM370       | Analyse des Campagnes Publicitaires | 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 | 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.<br/>           2.em cours: différentes méthodes pour analyser les campagnes publicitaires (1)<br/>           3.em cours: différentes méthodes pour analyser les campagnes publicitaires (2)<br/>           4.em cours: l'analyse des campagnes publicitaires du point de vue de la cible<br/>           5.em cours: la persuasion visuelle dans les campagnes publicitaires<br/>           6.em cours: les effets de l'humour dans les campagnes publicitaires<br/>           7.em cours: les principaux thèmes dans les campagnes publicitaires contemporaines<br/>           8.em cours: Analyse des campagnes basées sur l'USP<br/>           9.em cours: Analyse des campagnes de l'image de la marque<br/>           10. em cours: Analyse des campagnes de positionnement<br/>           11.em cours: Présentation<br/>           12. Présentation<br/>           13. Présentation<br/>           14.em cours: Présentation</p> |
| Ressources        | <p>Paul Rutherford,. Yeni İkonalar, Çev.Mustafa K. Gerçeker, İstanbul, Yapı Kredi 1996.<br/>           Judith Williamson. Reklamların Dili: Reklamlarda Anlam ve İdeoloji, trad: Ahmet Fethi, Ankara, Ütopya, 2001.<br/>           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)   |

| <b>Semaine</b> | <b>Intitulés des Sujets</b>                             |
|----------------|---|
| 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) |