Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 541	Analyses de campagnes publicitaires	2	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
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. et d'offrir de différents outils d'analyse des campagnes publicitaires par le biais des études de cas.
Contenus	la définition de la publicité, les institutions publicitaires, le processus du fonctionnement de la publicité. différentes méthodes pour analyser les campagnes publicitaires les études de cas
Ressources	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 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, les institutions publicitaires, le processus du fonctionnement de la publicité.
2	les principes d'une campagne de publicité efficace.
3	différentes méthodes pour analyser les campagnes publicitaires
4	l'analyse des campagnes publicitaires du point de vue de la cible
5	l'analyse des campagnes publicitaires du point de vue de la stratégie créative
6	les effets de l'humour dans les campagnes publicitaires
7	les principaux thèmes dans les campagnes publicitaires contemporaines
8	les études de cas
9	les études de cas
10	les études de cas
11	les études de cas
12	les études de cas
13	les études de cas
14	les études de cas