



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Reklamda Kadın Çalışmaları	REK248	4	3 + 0	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze)				
Amaç	Reklam ve kadın çalışmalarına yönelik, toplumsal cinsiyet kavramı bağlamında kavramsal ve kuramsal çerçeveyi sunmayı amaçlamaktadır. Ders, bir bilgi alanı olarak kadın çalışmalarının, içeriğini ve sorunlarını disiplinlerarası bir yaklaşımla eleştirel bir gözle incelemeyi hedeflemektedir.				
Ders İçeriği	Ders kapsamında cinsiyetin sosyal inşası, kadınlık kavramına bağlı anlamlar, cinsiyet farklılıklarının kavramsallaştırılması, ailede, çalışma yaşamında, politikada ve eğitimde kadın ve toplumsal cinsiyet konuları incelenecektir. genel olarak ise reklamda kadın kullanımını incelemektedir.				
Ders Kaynakları	1. Sociology of Gender, Editor Sharmila Rege, Sage Publications, London, 2003 2. Illich, İvan, Gender, Çev. Ahmet Fethi, Ayraç Yayınevi, Ankara, 1996. 3. Donovan, Josephine, Feminist Teori, Çev. Aksu Bora, Melttem Ağduk Gevrek, Fevziye Sayılan, İletişim Yayınları, 4. Baskı, İstanbul, 2007				

Hafta	Konu
1	Dersin amacı, konusu ve kapsamının tanıtılması
2	Kadın çalışmaları ve toplumsal cinsiyetle ilgili temel kavramlar
3	Kadın çalışmalarında kullanılan teorik yaklaşımlar
4	Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet
5	Kadın çalışmaları Dünyada ve Türkiye'de tarihsel gelişimi
6	Medyada kadın ve toplumsal cinsiyet
7	vize
8	Reklamcılığın genel bir bakış
9	Reklamda kadın kullanımı
10	Reklam örneklerinin incelenmesi
11	Reklam örneklerinin incelenmesi
12	Feminist akım 1
13	Feminist akım 2
14	Feminist düşünce üzerine örnek incelemeler

Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmeye kullanma becerisine sahiptir.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir.
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir.
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır.
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar.
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir.
- Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13
Kadın ve toplumsal cinsiyetle ilgili kavramsal terminolojiyi bilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Eleştirel bir şekilde medyada kadının yer almasını inceler.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplumsal kurumlar (siyaset, eğitim, din, sağlık vb) ile toplumsal cinsiyet arasında bağ kurar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kadın sorunlarının çözümüne ilişkin proje tasarlar ve çözüm önerilerde bulunur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reklamda kadın kullanımını ayrıntılı bir şekilde yorumlayabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-