DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Tüketim, Pazarlar ve Kültür	AD 222	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	6

Akademik Birim:	Reklamcılık
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Lisans
Dersin Koordinatörü:	Perrin ÖGÜN EMRE
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: 1.Tüketici/tüketim kültürü ve tüketici araştırmalarının temel kavramlarını anlaması 2.Tüketim kültürü teorisi çerçevesinde tüketici, pazar sistemi, bireysel ve kitlesel tüketim ve sonuçları konusunda bilgi sahibi olması 3.Tüketim kültürünün reklamcılık teorisi ve pratiğindeki yansımalarını görmesi ve bu yansımaların toplum üzerindeki etkisini anlaması beklenmektedir.
Dersin İçeriği:	Dersin amacına ulaşabilmek için, dersler ve belirtilen okumalar tüketim ve pazar sistemi ile ilgili disiplinlerarası bir bakış açısı sağlamak için tasarlanmıştır.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** Tüketim kavramını ve tüketim kültürü kavramlarını değişik yönlerden anlamak ve bu kavramlara eleştirel bakış açıları getirebilmek. • **2-** Tüketim kavramının değişik disiplinlerde nasıl ele alındığı ve eleştirilerin ne olduğu hakkında bilgi sahibi olmak. • **3-** Pazar sistemi ve tüketim kültürü ile ilgili bilgileri kullanarak hem bu ilişkinin eleştirisini yapabilmek hem de reklamcılık ve pazarlamadaki uygulama alanlarını anlamak. • **4-** Tüketim kültürüyle ilgili akademik çıktıları okuyup anlayabilmek ve çıktıları sentezleyerek dönem projesini cevaplayacak şekilde sunum yapabilmek.
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	- Görsel destekli sunumlar. - Sınıf içi tartışmalar ve soru & cevap oturumları. Ara sınav -Final sınavı - Final projesi - Öğrenciler her haftanın işlenecek konular için belirlenmiş metinleri önceden okuyarak derse gelmelidir. - Dersin son saati önceki haftanın dersiyle ilgili eleştirel sorgulamalara yer verecek şekilde tasarlanmıştır ve öğrenciler bu tartışmalara ve soru cevaplara hazırlıklı olmalıdır.

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Tüketici Davranışından Tüketim Kültürüne	
2	Tüketim Nedir?	
3	Tüketim Kültürünün Kısa Tarihi	
4	Kapitalizm ve Tüketim Kültürü	Thompson, Craig J and Eric J. Arnould (2005) “Consumer Culture Theory: Twenty Years of Research,” Journal of Consumer Research, 31(March), 868-882.
5	Tüketici ihtiyaçları, istekleri, ve arzuları	
6	Metalara Karşı Markalar	
7	Kültür ve Tüketim	
8	Kimlik ve Tüketim	Belk, R. W. (1986) “Possessions and The Extended Self”, Journal of Consumer Research, 15(September), 139-168. Elliott, R. & Wattanasuwan, K. (1998) “Brands as Symbolic Resources for the

		Construction of Identity," International Journal of Advertising, 17 (May), 131-145.
9	Moda Sistemi ve Topluma Yansımaları	
10	Tüketim Altkültürleri ve Marka Toplulukları	Schouten, John W. and James H. McAlexander (1995), "Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers," Journal of Consumer Research, Vol. 22 (June), 43-61.
11	Din ve Tüketim	
12	Tüketici Direnişi	
13	Öğrenci Sunumları	
14	Genel Tekrar	

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Hebdige, Dick (1979) Subculture: The Meaning of Style, in The Subcultures Reader (1997), Routledge: London, pp.130-142.
The Market for Identities: Secularism, Islamism, and Commodities", Yael Navaro-Yashin, in Fragments of Culture: Everyday Life of Modern Turkey, eds. Deniz Kandiyoti & Ayşe
Saktanber, IB Tauris.
Levy, Sidney (1959) "Symbols for Sale", Harvard Business Review, 37, 117-124.
Muñiz, Albert and Thomas C. O'Guinn (2000), "Brand Communities," Journal of Consumer Research, 27 (March), 412-432.
Penaloza, Lisa (1994), Atravesando Fronteras/Border Crossings," Journal of Consumer Research,21 (1), 32-55.

DİĞER KAYNAKLAR

Makale listelesi, makaleler ve ders notları blackboard platformu üzerinden öğrencilerle paylaşılacaktır.

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	**Sayı**	**Katkı Payı (%)**
Proje	1	30
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	30
Final Sınavı	1	40
Total:	**3**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	**Sayısı**	**Süresi (saat)**	**Toplam İş Yükü (saat)**
Ders Saati	14	3	42
Proje	1	30	30
Sunum/Jüriye Hazırlık	1	10	10
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	14	2	28

Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	16	16
Final Sınavı	1	24	24
Toplam İş Yükü (saat):			**150**

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10
OC1		3			3					
OC2	1								2	
OC3					1					
OC4				3				2		

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek