

TEZ / PROJE BAŞLIĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TOBB EKONOMİ VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ

ÖZGE ÖZDİL

HUKUK ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ / DÖNEM PROJESİ

NİSAN 2021

Bu tezin/projenin Yüksek Lisans derecesi için gereken tüm koşulları yerine getirdiğini onaylarım.

Prof. Dr. Serdar SAYAN
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Müdürü

Bu çalışmayı okuduğumu ve çalışmanın kapsam ve içerik olarak Sosyal Bilimler Enstitüsü Hukuk Ana Bilim Dalı'nda bir Özel Hukuk / Kamu Hukuku Yüksek Lisans Tezi / Dönem Projesi olabilecek yeterlilikte olduğuna kanaat getirdiğimi onaylıyorum.

Tez / Proje Danışmanı

Ünvan İsim SOYİSİM

(Üniversite Adı, Bölüm Adı)

Tez Jürisi Üyeleri

Ünvan İsim SOYİSİM

(Üniversite Adı, Bölüm Adı)

Ünvan İsim SOYİSİM

(Üniversite Adı, Bölüm Adı)

Tez /Proje içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez/proje yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Özge ÖZDİL

ÖZ

TEZ/PROJE BAŞLIĞI

ÖZDİL, Özge

Yüksek Lisans, Hukuk

Tez/Proje Danışmanı: Ünvan İsim SOYİSİM

Öz'de tezdeki/projedeki araştırma sorusu, kullanılan yöntem, elde edilen sonuçlar ve bölümlerin birer cümlelik özeti yer alır. Öz'ün kendisine ayrılan bu sayfayı (toplam 1 sayfa) geçmemesi gerekmektedir. Öz, iki yana dayalı ve 1,5 satır aralıklı yazılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: En, Fazla, Beş, Kelime, Olmalıdır.

ABSTRACT

TITLE OF THE THESIS/TERM PROJECT

ÖZDİL, Özge

Master of Arts, International Relations

Supervisor: Title Name SURNAME

In Abstract, the research question, methodology, findings and chapters are summarized. Abstract should not exceed this one (1) page, be fully justified, and use 1.5 line spacing.

Key Words: It, Should, Include, Five, Words (max.)

İTHAF SAYFASI
(Tercihen)

Aileme...

TEŐEKKÖR SAYFASI

Yüksek Lisans tezi/Dönem projesi aracılığıyla teşekkür edilmek istenen kişilere ve kurumlara ayrılan sayfadır. Bir sayfayı geçmemeli, iki yana dayalı ve 1,5 satır aralığıyla yazılmalıdır.

İÇİNDEKİLER

İNTİHAL SAYFASI.....	iii
ÖZ	iv
ABSTRACT.....	v
İTHAF SAYFASI	vi
TEŞEKKÜR SAYFASI	vii
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
GİRİŞ	1

Birinci Bölüm

ÖRTÜLÜ REKLAM KAVRAMI

I. TANIM	2
A. DOKTRİNDE ÖRTÜLÜ REKLAM	2
B. MEVZUATTA ÖRTÜLÜ REKLAM	2
C. KARŞILAŞTIRMALI HUKUKTA ÖRTÜLÜ REKLAM	2
II. ÖRTÜLÜ REKLAMIN BELİRLENMESİ	2
A. REKLAM YAPMA AMACI	2
B. ORANTISIZLIK	2

İkinci Bölüm

ÖRTÜLÜ REKLAMIN BENZER KAVRAMLARDAN FARKI

I. ALDATICI REKLAM	3
A. TANIM.....	3
B. GÖRÜNÜM BİÇİMLERİ	3

1.

2.

3.

a.

b.

c.

II. GİZLİ REKLAM 3

III. SANAL REKLAM..... 3

Üçüncü Bölüm

ÖRTÜLÜ REKLAMIN HUKUKÎ NİTELİĞİ

I. DOKTRİNİN YAKLAŞIMI 4

A.

B.

C.

1.

2.

3.

II. YARGISAL UYGULAMA..... 4

SONUÇ..... 5

KAYNAKÇA 6

KISALTMALAR LİSTESİ

AHBVÜ-HFD	:	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi
AÜHFD	:	Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi
AÜİFD	:	Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi
BATİDER	:	Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi
DAD	:	Dicle Adalet Dergisi
TBBD	:	Türkiye Barolar Birliği Dergisi

GİRİŞ

Giriş bölümünden itibaren tek taraflı baskı alınmalı, arkalı önlü baskı alınmamalıdır. Giriş bölümü de dahil olmak üzere tüm bölümlerin ilk sayfası, sağ yaprakta olmalıdır.

Sayfa numaraları 1'den başlamalıdır.

Giriş bölümünde alt başlık kullanılmamalıdır. 1,5 satır aralıklı ve iki yana dayalı biçimde yazılmalıdır. Paragraf başları ilk satır 1 cm. olarak başlamalıdır.

Giriş bölümünde konu genel hatlarıyla açıklanmalı, ayrıntıya girilmekten kaçınılmalıdır. Yazar bu bölümde diğer bölümlerde ele alacağı konular hakkında okurda çok genel bir bakış açısı oluşturmalıdır.

Birinci Bölüm

ÖRTÜLÜ REKLAM KAVRAMI

I. TANIM

A. DOKTRİNDE ÖRTÜLÜ REKLAM

B. MEVZUATTA ÖRTÜLÜ REKLAM

C. KARŞILAŞTIRMALI HUKUKTA ÖRTÜLÜ REKLAM

II. ÖRTÜLÜ REKLAMIN BELİRLENMESİ

A. REKLAM YAPMA AMACI

B. ORANTISIZLIK

İkinci Bölüm

ÖRTÜLÜ REKLAMIN BENZER KAVRAMLARDAN FARKI

I. ALDATICI REKLAM

A. TANIM

B. GÖRÜNÜM BİÇİMLERİ

1.

2.

3.

a.

b.

c.

II. GİZLİ REKLAM

III. SANAL REKLAM

Üçüncü Bölüm

ÖRTÜLÜ REKLAMIN HUKUKÎ NİTELİĞİ

I. DOKTRİNİN YAKLAŞIMI

A.

B.

C.

1.

2.

3.

SONUÇ

Yazar okura yazdıklarını hatırlatacak bir biçimde her bir bölümde ele aldığı konular hakkında bilgi verir. Elde ettiği bulguları ve çıkarımları özetleyerek aktarır. Sonuç bölümünde alt başlık kullanılmamalıdır.

.....
.....
.....
.....
.....

KAYNAKÇA

Aktekin, Uğur/Gürbüz, Başak: “Türkiye’de Örtülü Reklamlar Ve Uygulamadaki Durum”, FMR 2009, C. 9, Sa. 4, s. 41-55

Aziz, Hâkim/Özcan, Hüsnü Akın: “Türk Hukuk Sisteminde Uygulamalar İle Aldatıcı Reklamlar”, DAD 2020, s. 1-30

Çamlıdere, Mete/Şener, Kocabay Nihal: “Örtülü Reklamın Örtüsünü Aralamak”, AÜİFD 25 (2016), s. 211-224

Veya

Demirbaş, Ali: “Tüketici Hukuku Açısından Karşılaştırmalı Reklam Doğrudan mı Dolaylı mı?”, **AHBVÜ-HFD (2020)**, C. XXIV, s. 31-54

Erol, Arzu: **Türk Hukukunda Örtülü Reklam**, On İki Levha Yayınları, İstanbul 2018

Güven, Koray: “Reklam Hukuku Perspektifinden Avrupa Birliği, Alman ve Türk Hukuklarında Tüketici Ölçütü: Avrupa Birliği Adalet Divanı’nın ‘Gut Springenheide’ Kararı Üzerinden Bir İnceleme”, **TBBD (2015)**, s. 493-508