

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|---|---------|-----------------------|----------------|-------------|------|
| Reklamcılığı Anlamak | ADV 201 | Bahar | 02+02+00 | Zorunlu | 3 | 6 |
| Akademik Birim: | İletişim Fakültesi | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | Ayşe BİNAY KURULTAY | | | | | |
| Dersin Amacı: | Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none">• Reklamın temel kavramlarını anlamaları• Reklam ajanslarının organizasyon yapısı hakkında temel bilgilere sahip olmaları• Reklamcılığın pazarlama karması içindeki yerini ve fonksiyonunu anlamaları beklenmektedir. | | | | | |
| Dersin İçeriği: | Bu ders, reklamcılık stratejisini ve reklamcılıkta uzmanlaşmış alanlara genel bir giriş niteliğindedir. Ders, reklam endüstrisi, işlevleri, reklam ajansının çeşitli bölümleri ve reklamcılık süreci hakkında bilgiler sunar. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">• 1- Temel reklamcılık bilgisi edinmek.• 2- Reklam ajansları ve ajansların organizasyon yapısı hakkında temel bilgilere sahip olmak• 3- Reklamcılığın süreçlerini anlamak | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. İşletme olarak Reklamcılık 2. Reklam Stratejisi 3. Reklamda Yaratıcı Yapım Modüller modül içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden gözlemlerini sunmaları ve bilgiyi içselleştirmek için kavramla ilgili küçük projeler yapmaları istenir. Projelerin yazılı raporları % 40 olarak değerlendirilirken, sunumlar % 30 olarak tanımlanmıştır.. Genel notun geri kalanı,% 30, final sunumu ve raporu olarak değerlendirilir. | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|---|---|
| 1 | Derse Giriş | |
| 2 | Reklamcılık nedir? Reklamlar nasıl çalışır? | Okuma ödevi |
| 3 | Toplumsal, hukuki ve etik meseleler | Okuma ödevi |
| 4 | Pazarlama karması ve reklamcılık Reklam ajansları | Okuma ödevi |
| 5 | Sunumlar | Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi. |
| 6 | Reklam araştırmaları | Okuma ödevi |
| 7 | Hedef kitle, bölümlenme ve marka konumlandırma | Okuma ödevi |
| 8 | Yaratıcı Brief | Okuma ödevi |
| 9 | Sunumlar | Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi. |
| 10 | Yaratıcı strateji | Okuma ödevi |
| 11 | Fikir geliştirme | Okuma ödevi |
| 12 | Reklam yapımı | Okuma ödevi |
| 13 | Sunumlar | Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje |

| | | | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|
| OC2 | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek