

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Reklam Stratejisi	ADV 303	Güz	02+02+00	Seçmeli	3	6
Akademik Birim:	İletişim Fakültesi					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	--					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: • Reklamcılığın kavramlarını ve konularını stratejik planlama çerçevesinde derinlemesine inceleyerek müşteri ilişkilerini planlama ve yönetmek için gerekli bilgi ve yeteneği edinmeleri • Stratejik düşünme, yazma, ve sunum yeteneklerini geliştirmeleri beklenmektedir					
Dersin İçeriği:	Bu ders, reklam stratejisinin temel anlayışına giriş niteliğindedir. Ders reklam ajanslarındaki fonksiyonların birbirleriyle olan ilişkilerini, yaratıcı ekip ve marka stratejistlerinin ilişkilerini, güncel reklamcılık literatürünü, stratejik marka hamleleri, stratejik düşünme, stratejik yazma ve stratejik iletişimi içermektedir.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Stratejik planlamanın ne olduğunu anlamak.</li><li>• <b>2-</b> Pazarlama araştırması planlayabilmek ve sonuçları yorumlayabilmek</li><li>• <b>3-</b> Tüketici içgörüsüne dayalı Yaratıcı Brief yazabilmek</li></ul>					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Reklam Stratejisini Anlamak 2. Tüketici İçgörüsü için Reklam Araştırmaları 3. Yaratıcı Brief Modüller 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 % 40 olarak tanımlanmıştır. Genel notun geri kalanı,% 20, final sunumu ve raporu olarak değerlendirilir.					

## HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)	
2	Reklam planlama tarihi ve stratejik düşüncenin temelleri	Okuma ödevi
3	Fikri anlamak	Okuma ödevi
4	Marka deneyimi planlama	Okuma ödevi
5	Sunumlar	Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi.
6	Nicel Araştırma	Okuma ödevi
7	Nitel Araştırma: Derinlemesine görüşme, projektif teknikler	Okuma ödevi
8	Nitel Araştırma: Odak grubu, etnografi	Okuma ödevi
9	Sunumlar	Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi.
10	Meseleyi anlamak	Okuma ödevi
11	Yaratıcı brief	Okuma ödevi
12	Sunumlar	Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi.
13	Proje Sunumları	Grup projesi ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi.



OC3												
-----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek