

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|--|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Reklam Kampanyası Tasarımı II | ADV 302 | Bahar | 01+04+00 | Seçmeli | 3 | 6 |
| Akademik Birim: | İletişim Fakültesi | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | Asker KARTARI | | | | | |
| Dersin Amacı: | Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none">Kampanyaları tasarlamak ve analiz etmek için gerekli kavramları ve araçları öğrenmesiBaşarılı bir kampanya yaratıcısı, analizcisi ve tüketicisi olması beklenmektedir. | | | | | |
| Dersin İçeriği: | Bu ders, güçlü bir reklam kampanyasının gerçek özünü aşamalar yoluyla göstermeyi amaçlamaktadır. Marka ihtiyaçlarından başlayarak briefing, fikir üretimi, fikirlerin değerlendirilmesi, işin planlanması, her pazarlama iletişimi aracında aynı fikrin kullanılması, üretim, doğru medya stratejisinin seçilmesi ve işin değerlendirilmesi için öğrencileri yeterli donanıma ulaştırır. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">1- Sağlam bir fikir üzerine kurulu reklam kampanyası oluşturma yeteneği2- Etkili bir İletişim Platformunun temel bileşenleri3- Hedefi Gerçekleştirmek | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 evrede yapılacak 1 projeden oluşmaktadır. Evreler: 1. Büyük Fikirler Üretmek 2. Etkili bir İletişim Platformunun temel bileşenleri 3. Hedefi Vurmak Evreler genellikle modül içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden konuyla ilgili gözlemlerini sunmaları ve bütünün parçalarını tamamlamaları istenirken, projelerin yazılı sunumları @ olarak değerlendirilir. Sınıf içi sözlü proje sunumları olarak değerlendirilir. | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|---|-------------|
| 1 | Oryantasyon Haftası (hazırlık ve ders planı) | |
| 2 | Reklam brifinden halkla ilişkilere | Okuma Ödevi |
| 3 | Marka amacı/Öğrencilerden oluşan ekipler oluşturmak | Okuma Ödevi |
| 4 | İnsan İçgörüsü/ Projelerin ekiplere briefingi | Okuma Ödevi |
| 5 | Modül içeriği ve ekiplerin sunumu | Sunumlar |
| 6 | Geleneksel Medya | Okuma Ödevi |
| 7 | İnteraktif Platformlar | Okuma Ödevi |
| 8 | Marka tutarlılığı: 360 derece vs 365 gün | Okuma Ödevi |
| 9 | Ekiplerin projelerinin ilerleyişi hakkında sunumu ve dönütler | Sunumlar |
| 10 | Sınırlar içinde fikirlerin yürütülmesi ve üretilmesi | Okuma Ödevi |
| 11 | Müşterilere kampanya sunumu tasarlama | Okuma Ödevi |
| 12 | Grup Sunumları | Sunumlar |
| 13 | Grup Sunumları | Sunumlar |

| | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| OC3 | | | | | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek