

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Reklam Analizi	ADV 307	Güz	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:	Can Yücel METİN					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none">Herhangi bir mecradaki bir reklamı Jib Fowles'un 15 Temel Duygusal Çekicilik bakış açısıyla analiz etmenin temel ilkelerine ve uygulamalarına hakim olmalarıReklamlara yaklaşımın ve analiz mantığının altında hangi duygusal çekiciliğin yattığını bulmak için bir reklamın nasıl değerlendirilmesi gerektiğini kavramaları beklenmektedir					
Dersin İçeriği:	Bu ders, Jib Fowles'un insan psikolojisinin ihtiyaçlarına dayanan Duygusal Çekicilikler yaklaşımını işlemektedir. Bir "ihtiyacın" ne olduğunu belirlemek için Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi piramidini incelenir. Hemen ardından, öğretim üyesinin notları tartışılarak ve küresel çapta çeşitli mecra ve sektörlerden reklamlar izlenerek 15 çekiciliğin her biri açıklanır. Pazarlama alanında uzman ve deneyimli misafir konuşmacılar, dönem boyunca derslerimizi ziyaret edecek ve konuyla ilgili bilgi birikimlerini paylaşır.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none">1- Farklı mecralardaki reklamlara Fowles'un psikolojik reklam analizi yöntemini uygulayabilme becerisi2- Tüketicilerin bir reklamı gördüklerinde geliştirdikleri mantıksal, temkinli ve şüpheli güçleri anlama becerisi3- Bir reklam tasarlanırken yaratıcı yaklaşımı psikolojik yaklaşımdan ayırt edebilme becerisi					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. İhtiyaçları, istekleri ve talepleri anlamak 2. Jib Fowles'un Reklam Çekicilikleri I. Bölüm 3. Jib Fowles'un Reklam Çekicilikleri II. Bölüm					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon Haftası (Ders planı tanıtımı)	
2	Analiz nedir?	Ders notları
3	İhtiyaçlar, istekler ve talepler	Ders notları
4	Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi	Ders notları
5	Modül proje sunumları	Proje sunumu
6	Jib Fowles'un 15 Reklam Çekiciliği	Ders notları
7	Jib Fowles'un 15 Reklam Çekiciliği	Ders notları
8	Misafir Konuşmacı	Ders notları
9	Modül proje sunumları	Proje sunumu
10	Jib Fowles'un 15 Reklam Çekiciliği	Ders notları
11	Yerel ölçekte vaka çalışmaları	Ders notları
12	Küresel ölçekte vaka çalışmaları	Ders notları
13	Modül proje sunumları	Proje sunumu
14	Ders inceleme haftası	

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek