

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı                          | Kodu  | Yarıyıl | T+U+L<br>(saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|---|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Reklamcılıkta<br>Yeni Eğilimler     | ADV 404   | Bahar   | 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:                | Asker KARTARI   |         |                       |              |             |      |
| Dersin Amacı:                       | Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none"><li>• Tüketicuyu ve reklam vereni anlama ve yorumlama becerileri kazanmaları</li><li>• Reklamcılığın ve mecraların değişen dünya ile birlikte daha yaratıcı ve etkili kullanımı ile ilgili örnekler üzerinden geleceğin iletişim dünyasını anlamaları öngörmeye hazırlıklı olmaları</li><li>• Mecra pazarlaması konusunda genel bilgi edinmeleri beklenmektedir.</li></ul>  |         |                       |              |             |      |
| Dersin İçeriği:                     | Reklamcılıkta yeni eğilimler, reklamcılığın, tüketicilerin ve mecraların yeni eğilimler doğrultusunda değişimi ve gelecekteki konumu, fikir doğrultusunda oluşan yeni mecralar, gerilla reklamcılık, örnekler üzerinde sunular, mecra pazarlaması   |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):      | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Geleneksel reklamcılığın sağladığı becerilerle geleceğin reklamcılığı üzerine düşünmek, yorumlamak ve öngörme becerisi kazanmak</li><li>• <b>2-</b> Fikir kendi mecrasını yaratır sözünden hareketle yaratıcı mecra uygulama örnekleri üzerinde konuşabilecek ve yorumlayabilmek.</li><li>• <b>3-</b> Fikri geliştirmenin yanı sıra sunma becerileri edinmek</li></ul>  |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Değişen Tüketici Alışkanlıkları 2. Trendler 3. İçerik Pazarlaması Modüller genellikle modül içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Sonrasında öğrencilerden gözlemlerini sunmaları ve konseptle ilgili bir proje tasarımlarını isterenir, bu sayede bilgiyi içselleştirmeleri sağlanır. Sözlü proje sunumları ders notunun 'ını oluşturmaktadır. Sınıf içi uygulama raporları ders notunun 'unu oluşturmaktadır. Proje raporu 0 ve geri kalan 0'luk kısmı ise final sunumu ile tayin edilmektedir. |         |                       |              |             |      |

## HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular  | Ön Hazırlık  |
|-------|--|--|
| 1     | Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)                            |  |
| 2     | Değişen dünya ve trendlerin ortaya çıkışı                            | Araştırma ödevi  |
| 3     | Pazarlama ve reklamcılığı etkileyen tutum ve davranış değişiklikleri | Araştırma ödevi  |
| 4     | Türkiye'de değişen tüketici alışkanlıkları                           | Araştırma ödevi & modül hakkında sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi |
| 5     | Medya trendleri ve yeni mecralar                                     | Okuma ödevi  |
| 6     | Tasarım trendleri  | Okuma ödevi  |
| 7     | Teknoloji trendleri  | Okuma ödevi  |
| 8     | Produksiyon trendleri  | Okuma ödevi & modül hakkında sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi     |
| 9     | Değişen müşteri sadakati ve içerik pazarlamasının doğuşu             | Okuma ödevi  |
| 10    | İçerik trendleri   | Okuma ödevi & uygulama raporu  |

|    |   |  |
|----|---|--|
| 11 | Data odaklı içerik yaratmak                             | Okuma ödevi  |
| 12 | Markaların içerik stratejisi oluşturması ve pazarlaması | Okuma ödevi & modül hakkında sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi |
| 13 | Sunum Haftası   |  |
| 14 | Değerlendirme Haftası                                   |  |

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

### Books:

Pulizzi, Joe. Content INC. 1st ed. Mc Graw Hill Education, 2015

Odabaşı, Prof. Dr. Yavuz. Post Modern Pazarlamayı Anlamak, 1. Baskı, The Kitap, 2019

### Articles:

Wunderman Thompson Intelligence (web sitesi) - Protecting Digital Identities

The New Social Media

Streaming Wars 2.0

Generation Alpha

Faith Popcorn's Brain Reserve (web sitesi - Trendbank

Think With Google (web sitesi) - Insights to understand consumer needs

Content Marketing Institute - Content Management and Strategy

## DİĞER KAYNAKLAR

|  |
|--|
|  |
|--|

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı      | Katkı Payı (%) |
|-------------------------|-----------|----------------|
| Katılım                 | 12        | -              |
| Uygulama                | 2         | 20             |
| Proje                   | 3         | 30             |
| Sunum/Jüri              | 3         | 20             |
| Proje Raporları         | 1         | 30             |
| <b>Total:</b>           | <b>21</b> | <b>100</b>     |

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|-------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati  | 14     | 3             | 42                    |
| Uygulama    | 2      | 9             | 18                    |
| Proje       | 3      | 10            | 30                    |

|                               |   |    |            |
|-------------------------------|---|----|------------|
| Sunum/Jüriye Hazırlık         | 3 | 10 | 30         |
| Proje Raporlarının Sunumu     | 1 | 30 | 30         |
| <b>Toplam İş Yüğü (saat):</b> |   |    | <b>150</b> |

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

## PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

| #   | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 | PY9 | PY10 | PY11 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|
| OC1 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |      |
| OC2 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |      |
| OC3 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |      |

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