# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Reklamcılığın Öncüleri | ADV 103 | Güz | 03+00+00 | Zorunlu | 3 | 6 |

| | |
|---|---|
| Akademik Birim: | Reklamcılık |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim |
| Ön Koşullar | Yok |
| Öğrenim Dili: | İngilizce |
| Dersin Düzeyi: | Lisans |
| Dersin Koordinatörü: | - - |
| Dersin Amacı: | Bu dersi alan öğrencilerin:<br>• Reklam endüstrisinin tarihsel gelişimine tanık olmaları<br>• Reklamcılık sektörünün lider ajanslarını tanımaları<br>• Reklamcılık sektörünün kurucu isimlerine dair bir anlayış geliştirmeleri<br>• Y kuşağı tüketicisi ile reklamcılığın geçirdiği evrime dahil olmaları beklenmektedir. |
| Dersin İçeriği: | Bu derste, öğrenciler reklamcılık sektörünün gelişimi ve yükselişini önemli tarihsel yapıtaşlarını inceleyerek öğreneceklerdir. İletişim teknolojilerinin reklamcılık sektörünün içeriğine, yaratıcılığına ve stratejilerine etkilerini örnekleri inceleyerek kavrayacaklardır. Reklam şirketleri/ajansları, kurucuları ve kampanyaları hakkında derinlemesine analiz yapacaklardır. Her ajansın kendine ait özellikleri vardır ve öğrenciler projeler aracılığıyla yerel ve uluslararası ajanslar üzerinde çalıma gerçekleştireceklerdir. Bu ders sayesinde öğrenciler reklamcılık endüstrisinin lider ajanslarını, müşterilerini ve ödüllü kampanyalarını tanıyacaklardır. |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | • **1-** Reklamcılığı tarihsel perspektifle bütüncül bir şekilde kavramak<br>• **2-** Reklamcılık endüstrisinde yer alan reklam şirket/ajanslarını tanıma<br>• **3-** Her ajansın marka değerine, şirket profiline ve müşterileri hakkında bilgi sahibi olma<br>• **4-** Reklamcılık ajansları ile temasa geçme ve ilgili departmanlarla görüşmeler gerçekleştirme<br>• **5-** Ajansların müşteri ve trendlerle yakaladıkları değişimi gözlemek |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Markalamanın Temeli ve Tarihsel seyri 2. Reklamcılığın Kurucu isimleri Ogilvy, Burnett, Bernbach Tüketim Direnişi 3. Yeni Nesil Reklamcılık Dersler kavramsal ve kuramsal bir girişle başlayıp, grup tartışmaları ve sunumlarla devam edecektir. Öğrenci ders öncesi okuması gereken makaleleri okuyarak veya sunuşunu hazırlayarak katılım sağlamalıdır. Öğrencilerin sunuşları toplamda üzerinden hesaplanır. Ders içi egzersizler ve geri kalan ` proje raporları üzerinden değerlendirilir. Projeler bir ajansın kısa tarihçesi müşteri havuzu, basılı, görsel, dijital reklam analizlerini ve ajans çalışanı ile yapılacak bir söyleşiyi kapsamaktadır. |

## HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|---|---|---|
| 1 | Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı) | |
| 2 | Eski medeniyetler ve Markalama | Article: Slađana Starčević. The Origin and Historical Development of Branding and Advertising in the Old Civilizations of Africa, Asia and Europe, Marketing, 179-197 |
| 3 | Kitle iletişimin Evrimi | Ders Okumaları |
| 4 | 20yy. Öncesi Reklamcılık 1. | Ders Okumaları |
| 5 | 20yy. Öncesi Reklamcılık 2 | Ders Okumaları, ilgili kavrama dair raporlama ve sunuş |
| 6 | Reklamcılığın Gelişimi ve Madison Caddesi | Ders Okumaları |
| 7 | 2.Dünya Savaşı Sonrası Reklamcılık | Ders Okumaları, Vaka Analizleri |

| | | |
|---|---|---|
| 8 | 60’lar ve 70’ler Reklamcılığı | Ders Okumaları, Vaka Analizleri |
| 9 | Reklamcılık Stratejilerinde Gelişim | Ders Okumaları, ilgili kavrama dair raporlama ve sunuş |
| 10 | 80’ler ve 90’lar Reklamcılığı | Ders Okumaları |
| 11 | 21. yy da Reklamcılık | Ders Okumaları |
| 12 | Kuşak Çalışmaları ve Reklamcılık | Ders Okumaları |
| 13 | Kuşak Çalışmaları ve Reklamcılık | Ders Okumaları, ilgili kavrama dair raporlama ve sunuş |
| 14 | Ders Değerlendirme Haftası | |

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

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

| |
|---|
| - |

## DİĞER KAYNAKLAR

| |
|---|
| |

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| **Yarıyıl İçi Çalışmaları** | **Sayı** | **Katkı Payı (%)** |
|---|---|---|
| Katılım | 14 | - |
| Uygulama | 2 | 20 |
| Proje | 3 | 60 |
| Derse Özgü Staj | 2 | 20 |
| **Total:** | **21** | **100** |

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| **Etkinlikler** | **Sayısı** | **Süresi (saat)** | **Toplam İş Yükü (saat)** |
|---|---|---|---|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |
| Uygulama | 2 | 9 | 18 |
| Proje | 3 | 15 | 45 |
| Sunum/Jüriye Hazırlık | 3 | 15 | 45 |
| **Toplam İş Yükü (saat):** | | | **150** |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

| # | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 | PY9 | PY10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| OC1 | | | | | | | | 3 | | |
| OC2 | | | | | | | 2 | | | |
| OC3 | | | | | | | 1 | | | |
| OC4 | | 1 | | | | | | | 2 | |
| OC5 | | | | | | | | | | 3 |

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