

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|--|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Reklamcılığı Anlamak | ADV 101 | Güz | 02+02+00 | Seçmeli | 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: <ul style="list-style-type: none">• Reklamın temel kavramlarını anlamaları• Reklam ajanslarının organizasyon yapısı hakkında temel bilgilere sahip olmaları• Reklamcılığın pazarlama karması içindeki yerini ve fonksiyonunu anlamaları beklenmektedir. | | | | | |
| Dersin İçeriği: | Bu ders, reklamcılık stratejisini ve reklamcılıkta uzmanlaşmış alanlara genel bir giriş niteliğindedir. Ders, reklam endüstrisi, işlevleri, reklam ajansının çeşitli bölümleri ve reklamcılık süreci hakkında bilgiler sunar. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">• 1- Temel reklamcılık bilgisi edinmek• 2- Reklam ajansları ve ajansların organizasyon yapısı hakkında temel bilgilere sahip olmak• 3- Reklamcılığın süreçlerini anlamak | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. İşletme olarak Reklamcılık 2. Reklam Stratejisi 3. Reklamda Yaratıcı Yapım Modüller modül 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 % 30 olarak tanımlanmıştır. Not hoca tarafından değerlendirilir. Sınıf içi uygulama raporları % 20 olarak derecelendirilmiştir. Genel notun geri kalanı,% 30, final sunumu ve raporu olarak değerlendirilir. | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|--|---|
| 1 | Orientation Week (Introduction and course plan) | |
| 2 | Reklamcılık nedir? Reklamlar nasıl çalışır? | Okuma ödevi |
| 3 | Toplumsal, hukuki ve etik meseleler | Okuma ödevi |
| 4 | Pazarlama karması ve reklamcılık. Reklam ajansları | Okuma ödevi |
| 5 | Sunumlar | Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi. |
| 6 | Reklam araştırmaları | Selected readings |
| 7 | Hedef kitle, bölümler ve marka konumlandırma | Selected readings |
| 8 | Yaratıcı Brief | Selected readings |
| 9 | Sunumlar | Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi. |
| 10 | Yaratıcı strateji | Selected readings |
| 11 | Fikir geliştirme | Selected readings |
| 12 | Reklam yapımı | Selected readings |

| | | |
|----|-----------------|--|
| 13 | Sunumlar | Modül ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi. |
| 14 | Proje Sunumları | Grup projesi ile ilgili sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi. |

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Gerekli / önerilen tüm okumalar dijital / rezerv ders okumaları paketi şeklinde sağlanacaktır (KHASLearn ve / veya KHAS Bilgi Merkezi'nde mevcuttur)

DİĞER KAYNAKLAR

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

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı | Katkı Payı (%) |
|-------------------------|-----------|----------------|
| Katılım | 12 | - |
| Proje | 4 | 40 |
| Sunum/Jüri | 4 | 30 |
| Final Sınavı | 1 | 30 |
| Total: | 21 | 100 |

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|---|--------|---------------|-----------------------|
| Final Sınavı | 1 | 48 | 48 |
| Öğretim Elemanlarının Etkin Olduğu Sınıf İçi Çalışmalar | 12 | 1 | 12 |
| Öğrencilerin Etkin Olduğu Sınıf İçi Çalışmalar | 12 | 1 | 12 |
| Öğrencilerin Etkin olduğu Sınıf Dışı Çalışmalar | 4 | 10 | 40 |
| Proje Raporlarının Sunumu | 4 | 10 | 40 |
| Toplam İş Yüğü (saat): | | | 152 |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

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

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek