

# 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"><li>• Reklamın temel kavramlarını anlamaları</li><li>• Reklam ajanslarının organizasyon yapısı hakkında temel bilgilere sahip olmaları</li><li>• Reklamcılığın pazarlama karması içindeki yerini ve fonksiyonunu anlamaları beklenmektedir.</li></ul>					
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"><li>• <b>1-</b> Temel reklamcılık bilgisi edinmek</li><li>• <b>2-</b> Reklam ajansları ve ajansların organizasyon yapısı hakkında temel bilgilere sahip olmak</li><li>• <b>3-</b> Reklamcılığın süreçlerini anlamak</li></ul>					
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, bölümlenme 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
<b>Total:</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

## 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
<b>Toplam İş Yüğü (saat):</b>			<b>152</b>

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13
OC1													
OC2													
OC3													

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