

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Reklamcılık için Sahneleme	ADV 213	Güz	03+00+00	Seçmeli	3	5
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><li>• <b>4-</b> bu alanın çevirisi henüz girilmemiş.</li></ul>					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Başarılı Sunum Becerileri 2. Reklamcılık için Sunumlar Modüller içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden gözlemlerini sunmaları ve bilgiyi içselleştirmek için kavramla sunumlar yapmaları istenir. Yarıyıl içi sunumları % 80 olarak değerlendirilirken, proje sunumlarının % 10 hoca tarafından % 10 akranlar tarafından değerlendirilir.					

## HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)	
2	Sunumlarda hikayeleştirme	Okuma ödevi
3	Sunum tasarımı	Okuma ödevi
4	Kendini tanıma	Teknoloji kullanmadan "kimsiniz" konulu kişisel sunum
5	Kendini tanıma	Teknoloji kullanarak "kimsiniz" konulu kişisel sunum
6	Marka stratejisi	Marka karşılaştırmaları konulu grup sunumu
7	Yaratıcı takım	Metin yazarlığı konulu grup sunumu
8	Reklam araştırmaları	Müşteri ilişkileri konulu grup sunumu
9	Yaratıcı Brief	Yaratıcı brief konulu kişisel sunum
10	Yaratıcı ilham	İlham kaynağı olan kişi konulu kişisel sunum
11	Yaratıcı strateji	Reklam kampanyaları konulu kişisel sunum
12	Reklam araştırmaları	Tüketici mülakatları konulu grup sunumu

13	Sponsorluk	Sosyal sorumluluk projesi konulu grup sunumu
14	Tekrar Haftası	

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	14	-
Ara Sınavlar	10	80
Proje Sunumları (Öğretim Elemanı tarafından değerlendirilme)	10	10
Proje Sunumları (Akranlar tarafından değerlendirilme)	10	10
<b>Total:</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Ara Sınavlar	10	4	40
Öğrencilerin Etkin Olduğu Sınıf İçi Çalışmalar	1	3	3
Proje Raporlarının Sunumu	10	4	40
<b>Toplam İş Yüğü (saat):</b>			<b>125</b>

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9
OC1									
OC2									
OC3									
OC4									

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