DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Reklam Teorileri	ADV 209	Bahar	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: • Temel reklamcılık teorilerini ve modellerini anlamak ve açıklaması - Reklamcılığın tüketici davranışı ve toplum üzerindeki etkisini analiz etmesi - Reklam stratejilerini ve kampanyalarını değerlendirirken eleştirel düşünme becerilerini geliştirmesi - Teorik kavramları etkili reklam kampanyalarının oluşturulmasına ve eleştirisine uygulaması beklenmektedir.
Dersin İçeriği:	Bu dersi alan öğrencilerin: • Temel reklamcılık teorilerini ve modellerini anlamak ve açıklaması - Reklamcılığın tüketici davranışı ve toplum üzerindeki etkisini analiz etmesi - Reklam stratejilerini ve kampanyalarını değerlendirirken eleştirel düşünme becerilerini geliştirmesi - Teorik kavramları etkili reklam kampanyalarının oluşturulmasına ve eleştirisine uygulaması beklenmektedir.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** Çeşitli reklam kuram ve modellerini açıklayabilme ve bunlar arasında ayrım yapabilme becerisi edinmek • **2-** Kuramsal çerçeveleri kullanarak reklam stratejilerinin etkinliğini analiz edebilmek. • **3-** Reklam teorilerini reklam kampanyalarının geliştirilmesine uygulayabilmek. • **4-** Reklamcılık konularında araştırma yapabilme ve bulguları etkili bir şekilde sunabilmek. • **5-** Reklamcılığın sosyal ve etik sonuçlarını eleştirel olarak değerlendirebilmek
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Kurs 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar 1. Reklamcılığa Bakış Açıları ve Reklam Teorisi 2. İzleyici ve Hedef Kitle 3. Reklam Teorilerinin Geleceği. Dersler bir konferans şeklinde olacak ve daha sonra dersler derinlemesine tartışmalar ve / veya grup sunumları ve ardından tartışma biçiminde olacaktır. Genel olarak, sunumlar E ve sınıf alıştırmaları E olarak notlandırılacaktır. Genel notun geri kalan 'u sınıf içi tartışmalara katılımla karşılanacaktır. Projeler, teori ve ilgili materyallerin sunumundan oluşmaktadır.

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon Haftası (Tanıtım ve kurs planı)	
2	Reklam Teorisi ne anlama geliyor?	Ders Okumaları
3	Duygu Teorileri	Ders Okumaları
4	Pazarlama İletişiminde Etki	Ders Okumaları
5	Uluslararası Reklamcılık	Ders Okumaları, ve sunuş
6	Reklamcılıkta kültür nasıl işler?	Ders Okumaları
7	Yaratıcı Teori	Ders Okumaları
8	Retorik Teorisi	Ders Okumaları
9	Siyasal Reklamcılık	Ders Okumaları
10	Sosyal Medya ve Reklam Teorisi	Ders Okumaları ve sunuş

11	Reklamcılık Teorisini Geliştirmek	Ders Okumaları
12	Yersiz Teorilerde Maceralar	Ders Okumaları
13	Reklam Teorisinde Etik	Ders Okumaları 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	10
Proje	3	45
Derse Özgü Staj	3	45
Total:	**20**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	**Sayısı**	**Süresi (saat)**	**Toplam İş Yükü (saat)**
Ders Saati	14	3	42
Uygulama	1	11	11
Proje	3	12	36
Sunum/Jüriye Hazırlık	3	12	36
Toplam İş Yükü (saat):			**125**

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

OC1											
OC2											
OC3											
OC4											
OC5											

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek