

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı                          | Kodu  | Yarıyıl | T+U+L<br>(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: <ul style="list-style-type: none"><li>• Temel reklamcılık teorilerini ve modellerini anlamak ve açıklaması</li><li>- Reklamcılığın tüketici davranışı ve toplum üzerindeki etkisini analiz etmesi</li><li>- Reklam stratejilerini ve kampanyalarını değerlendirirken eleştirel düşünme becerilerini geliştirmesi</li><li>- Teorik kavramları etkili reklam kampanyalarının oluşturulmasına ve eleştirisine uygulaması beklenmektedir.</li></ul>   |         |                       |              |             |      |
| Dersin İçeriği:                     | Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none"><li>• Temel reklamcılık teorilerini ve modellerini anlamak ve açıklaması</li><li>- Reklamcılığın tüketici davranışı ve toplum üzerindeki etkisini analiz etmesi</li><li>- Reklam stratejilerini ve kampanyalarını değerlendirirken eleştirel düşünme becerilerini geliştirmesi</li><li>- Teorik kavramları etkili reklam kampanyalarının oluşturulmasına ve eleştirisine uygulaması beklenmektedir.</li></ul>   |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):      | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Çeşitli reklam kurum ve modellerini açıklayabilme ve bunlar arasında ayırım yapabilme becerisi edinmek</li><li>• <b>2-</b> Kuramsal çerçeveleri kullanarak reklam stratejilerinin etkinliğini analiz edebilmek.</li><li>• <b>3-</b> Reklam teorilerini reklam kampanyalarının geliştirilmesine uygulayabilmek.</li><li>• <b>4-</b> Reklamcılık konularında araştırma yapabilme ve bulguları etkili bir şekilde sunabilmek.</li><li>• <b>5-</b> Reklamcılığın sosyal ve etik sonuçlarını eleştirel olarak değerlendirebilmek</li></ul> |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Kurs 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar 1. Reklamcılığa Bakış Açılı 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 katılımı 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 Geliřtirmek | 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             |
| <b>Total:</b>           | <b>20</b> | <b>100</b>     |

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler                   | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|-------------------------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati                    | 14     | 3             | 42                    |
| Uygulama                      | 1      | 11            | 11                    |
| Proje                         | 3      | 12            | 36                    |
| Sunum/Jüriye Hazırlık         | 3      | 12            | 36                    |
| <b>Toplam İş Yüğü (saat):</b> |        |               | <b>125</b>            |

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

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

| # | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 | PY9 | PY10 | PY11 | PY12 |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|

|     |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| OC1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| OC2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| OC3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| OC4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| OC5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

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