DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Reklamcılığın Gelişimi	ADV 207	Bahar	03+00+00	Seçmeli	3	6

Akademik Birim:	İletişim Fakültesi
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Lisans
Dersin Koordinatörü:	- -
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: • Reklam endüstrisinin tarihsel gelişimine tanık olmaları • Reklamcılık sektörünün lider ajanslarını tanımaları • Reklamcılık sektörünün kurucu isimlerine dair bir anlayış geliştirmeleri • Y kuşağı tüketicisi ile reklamcılığın geçirdiği evrime dahil olmaları beklenmektedir.
Dersin İçeriği:	Bu derste, öğrenciler reklamcılık sektörünün gelişimi ve yükselişini önemli tarihsel yapıtaşlarını inceleyerek öğreneceklerdir. İletişim teknolojilerinin reklamcılık sektörünün içeriğine, yaratıcılığına ve stratejilerine etkilerini örnekleri inceleyerek kavrayacaklardır. Reklam şirketleri/ajansları, kurucuları ve kampanyaları hakkında derinlemesine analiz yapacaklardır. Her ajansın kendine ait özellikleri vardır ve öğrenciler projeler aracılığıyla yerel ve uluslararası ajanslar üzerinde çalıma gerçekleştireceklerdir. Bu ders sayesinde öğrenciler reklamcılık endüstrisinin lider ajanslarını, müşterilerini ve ödüllü kampanyalarını tanıyacaklardır.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** Reklamcılığı tarihsel perspektifle bütüncül bir şekilde kavramak • **2-** Reklamcılık endüstrisinde yer alan reklam şirket/ajanslarını tanıma • **3-** Her ajansın marka değerine, şirket profiline ve müşterileri hakkında bilgi sahibi olma • **4-** Reklamcılık ajansları ile temasa geçme ve ilgili departmanlarla görüşmeler gerçekleştirme, • **5-** Ajansların müşteri ve trendlerle yakaladıkları değişimi gözlemek
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Markalamanın Temeli ve Tarihsel seyri 2. Reklamcılığın Kurucu isimleri Ogilvy, Burnett, Bernbach Tüketim Direnişi 3. Yeni Nesil Reklamcılık Dersler kavramsal ve kuramsal bir girişle başlayıp, grup tartışmaları ve sunumlarla devam edecektir. Öğrenci ders öncesi okuması gereken makaleleri okuyarak veya sunuşunu hazırlayarak katılım sağlamalıdır. Öğrencilerin sunuşları toplamda üzerinden hesaplanır. Ders içi egzersizler ve geri kalan ` proje raporları üzerinden değerlendirilir. Projeler bir ajansın kısa tarihçesi müşteri havuzu, basılı, görsel, dijital reklam analizlerini ve ajans çalışanı ile yapılacak bir söyleşiyi kapsamaktadır.

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)	
2	Eski medeniyetler ve Markalama	Article: Slađana Starčević. The Origin and Historical Development of Branding and Advertising in the Old Civilizations of Africa, Asia and Europe, Marketing, 179-197
3	Kitle iletişimin Evrimi	Ders Okumaları
4	20yy. Öncesi Reklamcılık 1.	Ders Okumaları
5	20yy. Öncesi Reklamcılık 2	Ders Okumaları, ilgili kavrama dair raporlama ve sunuş
6	Reklamcılığın Gelişimi ve Madison Caddesi	Ders Okumaları
7	2.Dünya Savaşı Sonrası Reklamcılık	Ders Okumaları, Vaka Analizleri

8	60’lar ve 70’ler Reklamcılığı	Ders Okumaları, Vaka Analizleri
9	Reklamcılık Stratejilerinde Gelişim	Ders Okumaları, ilgili kavrama dair raporlama ve sunuş
10	80’ler ve 90’lar Reklamcılığı	Ders Okumaları
11	21. yy da Reklamcılık	Ders Okumaları
12	Kuşak Çalışmaları ve Reklamcılık	Ders Okumaları
13	Bin Yıllık Tüketici ve Markalaşma	Ders Okumaları, ilgili kavrama dair raporlama ve sunuş
14	Ders Değerlendirme Haftası	

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Gerekli/önerilen tüm okumalar dijital (KHASLearn ve / veya KHAS Bilgi Merkezi'nde mevcuttur) olarak sağlanacaktır.

DİĞER KAYNAKLAR

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	**Sayı**	**Katkı Payı (%)**
Katılım	12	-
Uygulama	2	20
Proje	3	60
Derse Özgü Staj	2	20
Total:	**19**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	**Sayısı**	**Süresi (saat)**	**Toplam İş Yükü (saat)**
Ders Saati	14	3	42
Uygulama	2	9	18
Proje	3	20	60
Sunum/Jüriye Hazırlık	3	10	30
Toplam İş Yükü (saat):			**150**

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