

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı                          | Kodu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Yarıyıl | T+U+L<br>(saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Reklam Kampanyası Tasarımı II       | ADV 302                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 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: <ul style="list-style-type: none"><li>Kampanyaları tasarlamak ve analiz etmek için gerekli kavramları ve araçları öğrenmesi</li><li>Başarılı bir kampanya yaratıcısı, analizcisi ve tüketicisi olması beklenmektedir.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                          |         |                       |              |             |      |
| Dersin İçeriği:                     | Bu ders, güçlü bir reklam kampanyasının gerçek özünü aşamalar yoluyla göstermeyi amaçlamaktadır. Marka ihtiyaçlarından başlayarak briefing, fikir üretimi, fikirlerin değerlendirilmesi, işin planlanması, her pazarlama iletişimi aracında aynı fikrin kullanılması, üretim, doğru medya stratejisinin seçilmesi ve işin değerlendirilmesi için öğrencileri yeterli donanıma ulaştırır.                                                                                                             |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):      | <ul style="list-style-type: none"><li><b>1-</b> Sağlam bir fikir üzerine kurulu reklam kampanyası oluşturma yeteneği</li><li><b>2-</b> Etkili bir İletişim Platformunun temel bileşenleri</li><li><b>3-</b> Hedefi Gerçekleştirmek</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                         |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 evrede yapılacak 1 projeden oluşmaktadır. Evreler: 1. Büyük Fikirler Üretmek 2. Etkili bir İletişim Platformunun temel bileşenleri 3. Hedefi Vurmak Evreler genellikle modül içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden konuyla ilgili gözlemlerini sunmaları ve bütünün parçalarını tamamlamaları istenirken, projelerin yazılı sunumları @ olarak değerlendirilir. Sınıf içi sözlü proje sunumları ` olarak değerlendirilir. |         |                       |              |             |      |

## HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular                                                       | Ön Hazırlık |
|-------|---------------------------------------------------------------|-------------|
| 1     | Oryantasyon Haftası (hazırlık ve ders planı)                  |             |
| 2     | Reklam brifinden halkla ilişkilere                            | Okuma Ödevi |
| 3     | Marka amacı/Öğrencilerden oluşan ekipler oluşturmak           | Okuma Ödevi |
| 4     | İnsan İçgörüsü/ Projelerin ekiplere briefingi                 | Okuma Ödevi |
| 5     | Modül içeriği ve ekiplerin sunumu                             | Sunumlar    |
| 6     | Geleneksel Medya                                              | Okuma Ödevi |
| 7     | İnteraktif Platformlar                                        | Okuma Ödevi |
| 8     | Marka tutarlılığı: 360 derece vs 365 gün                      | Okuma Ödevi |
| 9     | Ekiplerin projelerinin ilerleyişi hakkında sunumu ve dönütler | Sunumlar    |
| 10    | Sınırlar içinde fikirlerin yürütülmesi ve üretilmesi          | Okuma Ödevi |
| 11    | Müşterilere kampanya sunumu tasarlama                         | Okuma Ödevi |
| 12    | Grup Sunumları                                                | Sunumlar    |
| 13    | Grup Sunumları                                                | Sunumlar    |

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

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

- 1) Truth, Lies, and Advertising: The Art of Account Planning, Jon Steel (1998). Publisher John Wiley & Sons, Inc.
- 2) How to Plan Advertising (2nd edition), edited by Alan Cooper, The Account Planning Group, London, 1997.
- 3) Qualitative Market Research: A comprehensive guide, by Dr. Hy Mariampolski (2001). Sage Publications

## DİĞER KAYNAKLAR

1.Ders videoları 2.Ders notları 3.İlgili Web sayfası

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı      | Katkı Payı (%) |
|-------------------------|-----------|----------------|
| Katılım                 | 12        | -              |
| Proje                   | 1         | 40             |
| Sunum/Jüri              | 4         | 60             |
| <b>Total:</b>           | <b>17</b> | <b>100</b>     |

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler                          | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yükü (saat) |
|--------------------------------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati                           | 14     | 3             | 42                    |
| Proje                                | 1      | 32            | 32                    |
| Sunum/Jüriye Hazırlık                | 4      | 15            | 60                    |
| Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler | 8      | 2             | 16                    |
| Toplam İş Yükü (saat):               |        |               | 150                   |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

[illegible]

|     |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| OC3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

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