# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Reklam Analizi | ADV 307 | Güz | 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:<br>• Herhangi bir mecradaki bir reklamı Jib Fowles'un 15 Temel Duygusal Çekicilik bakış açısıyla analiz etmenin temel ilkelerine ve uygulamalarına hakim olmaları<br>• Reklamlara yaklaşımın ve analiz mantığının altında hangi duygusal çekiciliğin yattığını bulmak için bir reklamın nasıl değerlendirilmesi gerektiğini kavramaları beklenmektedir |
| Dersin İçeriği: | Bu ders, Jib Fowles'un insan psikolojisinin ihtiyaçlarına dayanan Duygusal Çekiciikler yaklaşımını işlemektedir. Bir "ihtiyacın" ne olduğunu belirlemek için Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi piramidini incelenir. Hemen ardından, öğretim üyesinin notları tartışılarak ve küresel çapta çeşitli mecra ve sektörlerden reklamlar izlenerek 15 çekiciliğim her biri açıklanır. Pazarlama alanında uzman ve deneyimli misafir konuşmacılar, dönem boyunca derslerimizi ziyaret edecek ve konuyla ilgili bilgi birikimlerini paylaşır. |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | • **1-** Farklı mecralardaki reklamlara Fowles'un psikolojik reklam analizi yöntemini uygulayabilme becerisi<br>• **2-** Tüketicilerin bir reklamı gördüklerinde geliştirdikleri mantıksal, temkinli ve şüpheci güçleri anlama becerisi<br>• **3-** Bir reklam tasarlanırken yaratıcı yaklaşımı psikolojik yaklaşımdan ayırt edebilme becerisi |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. İhtiyaçları, istekleri ve talepleri anlamak 2. Jib Fowles'un Reklam Çekicilikleri I. Bölüm 3. Jib Fowles'un Reklam Çekicilikleri II. Bölüm |

## HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|---|---|---|
| 1 | Oryantasyon Haftası (Ders planı tanıtımı) | |
| 2 | Analiz nedir? | Ders notları |
| 3 | İhtiyaçlar, istekler ve talepler | Ders notları |
| 4 | Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi | Ders notları |
| 5 | Modül proje sunumları | Proje sunumu |
| 6 | Jib Fowles'un 15 Reklam Çekiciliği | Ders notları |
| 7 | Jib Fowles'un 15 Reklam Çekiciliği | Ders notları |
| 8 | Misafir Konuşmacı | Ders notları |
| 9 | Modül proje sunumları | Proje sunumu |
| 10 | Jib Fowles'un 15 Reklam Çekiciliği | Ders notları |
| 11 | Yerel ölçekte vaka çalışmaları | Ders notları |
| 12 | Küresel ölçekte vaka çalışmaları | Ders notları |
| 13 | Modül proje sunumları | Proje sunumu |
| 14 | Ders inceleme 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 okumalari paketi şeklinde sağlanacaktır (KHASLearn ve / veya KHAS Bilgi Merkezi'nde mevcuttur)

## DİĞER KAYNAKLAR

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı | Katkı Payı (%) |
|---|---|---|
| Katılım | 12 | - |
| Proje | 3 | 50 |
| Sunum/Jüri | 3 | 50 |
| **Total:** | **18** | **100** |

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yükü (saat) |
|---|---|---|---|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |
| Proje | 3 | 15 | 45 |
| Sunum/Jüriye Hazırlık | 3 | 15 | 45 |
| Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler | 9 | 2 | 18 |
| **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 | PY12 | PY13 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| OC1 | | | | | | | | | | | | | |
| OC2 | | | | | | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | | | | | | |

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