

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Reklamcılık Yönetimi	ADV 401	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: • Temel teorileri, kavramsal çerçeveleri, metodolojileri ve iş ve iletişim stratejilerini uygulamayı öğrenmeleri, • Kendi liderlik tarzlarının daha fazla farkına varıracak bir araç olarak çeşitli kuramsal yapıları incelemeleri ve hesap yönetiminde liderlik ve yönetim becerilerini geliştirmek için stratejik iş modellerini uygulamaları, • İş sorunlarını analiz etmek, stratejik çözümler formüle etmeleri, • Sağlıklı kararlar verebilmek için stratejik modeller tanımlamak ve uygulamaları beklenmektedir.					
Dersin İçeriği:	Bu ders reklamcılık sektöründeki kişilerin yönetim becerilerine göre çıkarımlar yaparak sonuç çıkarmak, karar vermek, sorunları çözmek ve planlar geliştirmek için çeşitli teorik yapıların ve stratejik modellerin ilkelerini entegre etmek, bilimsel dergi ve iş kaynakları kullanarak araştırma yapmak, öneriler yapmak, rapor yazmak, eğilimleri analiz etmek ve iş kararlarını bildirmek için sonuçları derlemek ve analiz etmek, edinilen bilgileri stratejik iş kararları almada kullanmak ve örgütsel etkinlik ve verimliliği stratejik iş planlarını geliştirilmesi ve uygulanması ile arttırmak konularını öğrencilerin tanıştırmak için tasarlanmıştır.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• 1- Temel pazarlama bilgisi edinmek • 2- İletişim ve takım yönetimi hakkındaki becerileri geliştirmeye alanın çevirisi henüz girilmemiştir. • 3- Marka ve markalaşma kavramını kullanabilecek seviyeye gelmek • 4- Stratejik düşünme ve yazma becerilerini edinmek • 5- Reklamcılık işinde bir anlayış ve tecrübe kazanmak					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. İşletme (Takım) Yönetimi 2. İnsan İlişkileri Yönetimi 3. Brief ve Marka Yönetimi Modüller modül içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden gözlemlerini sunmaları ve bilgiyi içselleştirmek için kavramla ilgili küçük projeler yapmaları istenir. Projelerin yazılı ve sözlü sunumları % 50 olarak değerlendirilirken. Sınıf içi uygulama raporları % 20 olarak derecelendirilmiştir. Genel notun geri kalanı, % 30, final projeleri olarak değerlendirilir.					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)	
2	Yönetim biçimleri, Yönetim becerileri	Okuma ödevi & uygulama raporu
3	Toplantı yönetimi ve toplantı raporu yazma	Okuma ödevi & uygulama raporu
4	Liderlik ve yönetimin etkisini değerlendirmek	Okuma ödevi & modül hakkında sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi.
5	İş geliştirme için müzakere becerileri	Okuma ödevi & Videolar
6	Çatışma Yönetimi	Okuma ödevi & uygulama raporu
7	Liderlik taksonomisinden öğrendiklerimize ve ayrıca reklam yönetimi kavramına da yansımak.	Okuma ödevi & modül hakkında sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi.

8	Marka Mimarisi	Okuma ödevi
9	Pazarlama İletişimi	Okuma ödevi ve uygulama raporu
10	Pazar ve rekabet eğilimleri, Müşteri ihtiyaç ve taleplerinin analizi	Okuma ödevi & uygulama raporu
11	Stratejik planlar ve örnek olay incelemelerinde kullanılan temel yöntemlerin gözden geçirilmesi ve analizi	Okuma ödevi
12	Karar verme süreçleri ve stratejik plan	Okuma ödevi & modül hakkında sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi.
13	Final Sunumları Haftası	
14	Değerlendirme Haftası	

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Kitaplar:

Robertson, Alexa. Media and Politics in a Globalizing World. 1st ed. Cambridge; Malden, MA: Polity, 2015.
Volkmer, Ingrid. The Global Public Sphere: Public Communication in the Age of Reflective Interdependence. Cambridge: Polity, 2014.
Kovarik, Bill. Revolutions in Communication: Media History from Gutenberg to the Digital Age. New York: Continuum, 2011.
Ibarra, Karen Arriaza, Eva Nowak, and Raymond Kuhn, eds. Public Service Media in Europe: A Comparative Approach. Routledge Studies in European Communication Research and Education. London; New York: Routledge, 2015.
Turow, Joseph. Media Today: An Introduction to Mass Communication. New York: Routledge, 2009.
Dominick, Joseph. The Dynamics of Mass Communication. New York: McGraw-Hill Higher Education, 2009.
Schulz, Peter and Copley, Paul. Theories and Models of Communication. In Handbooks of Communication Science. Berlin: De Gruyter Mouton, 2013.
Severin, Werner J. Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media. New York; London: Longman, 2010.
Patterson, Philipp and Wilkins, Lee. Media Ethics: Issues and Cases. New York: McGraw-Hill, 2011.
Scollon, Ron, Wong, Suzanne and H. Jones, Rodney. Intercultural Communication: A Discourse Approach. Chichester, West Sussex, U.K.; Malden, Mass.: Wiley-Blackwell, 2012.
Albarran, A. B. The Transformation of the Media and Communication Industries, Pamplona, Spain: EUSNA, 2010.
Lyon, David. Surveillance society: Monitoring Everyday Life (Issues in Society). McGraw-Hill Education (UK), 2001.
Foucault, M. Discipline and Punish: The Birth of the Prison. New York: Pantheon Books, 1977.

Makaleler:

Olins, W. (2000). Why companies and countries are taking on each other's roles. Corporate Reputation Review, 3(3), 254-265.

DİĞER KAYNAKLAR

--

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	12	-
Uygulama	2	20
Proje	3	30
Sunum/Jüri	3	20
Proje Raporları	1	30

Total:	21	100
--------	----	-----

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Uygulama	2	9	18
Proje	3	10	30
Sunum/Jüriye Hazırlık	3	10	30
Proje Raporlarının Sunumu	1	30	30
Toplam İş Yüğü (saat):			150

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

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

#
OC1
OC2
OC3
OC4
OC5

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek