

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Reklamcılığa Giriş	AD 101	Güz	03+00+00	Zorunlu	3	6
Akademik Birim:	Reklamcılık					
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Perrin ÖGÜN EMRE					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: 1.Dijital TV platformlarının temellerini öğrenecek anlamaları, 2.Yeni nesil TV servisleri, uygulamaları ve teknolojilerine yayıncı ve son kullanıcı bakış açısı ile aşinalık kazanmaları beklenmektedir.					
Dersin İçeriği:	Ders, reklam teknikleri ve stratejisini temel anlam da tanıtmayı amaçlar. Reklamcılıktaki uzmanlaşma alanlarını ve uygulamalarını da incelemeyi hedefler.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none">• 1- Reklamın temel kavramlarını anlamak, reklam ajanslarının organizasyon yapısı hakkında temel bilgilere sahip olmak• 2- Reklamcılığın pazarlama karması içindeki yerini ve fonksiyonunu anlamak• 3- Eleştirel düşünmeyi, kültürlerarası farklılıkları,yazılı ve sözlü iletişim becerilerini geliştirmek					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders kitabı, ders notları, internetteki ilgili kaynaklar, ödev ve projeler					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Reklamcılık tarihi	Wells, Moriarty, Burnett, 1. Bölüm
2	Reklamcılığın iş yönü	Wells, Moriarty, Burnett 2. Bölüm, Ogilvy on Advertising 3, 4, 5. Bölüm
3	Sosyal, hukuksal ve etik meseleler	
4	Reklam nasıl çalışır?	Wells, Moriarty, Burnett 4. Bölüm
5	Planlama, hedef kitle ve bölümler	Wells, Moriarty, Burnett 7. Bölüm, Lane, King, Russell 4. Bölüm
6	Reklam araştırmaları	Lane, King, Russell 15. Bölüm
7	Ara sınav	
8	Yaratıcı strateji	Wells, Moriarty, Burnett 12,13. Bölüm, Lane, King, Russell, 6, 7. Bölüm
9	Basılı reklam yaratmak	Lane, King, Russell 18. Bölüm
10	Reklam filmi yaratmak	Lane, King, Russell 19, 20. Bölüm
11	Medya planlama	Lane, King, Russell 7. Bölüm
12	Grup projesi sunumları	
13	Grup projesi sunumları	
14	Final sınavı	

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Advertising: Principles and Practice by William D. Wells, Sandra Moriarty, John Burnett
Kleppner's Advertising Procedure by Lane, King, Russell
Ogilvy on Advertising by David Ogilvy

DİĞER KAYNAKLAR

İnternetteki ilgili kaynaklar, ödev ve projeler

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	-	-
Laboratuvar	-	-
Uygulama	-	-
Arazi Çalışması	-	-
Proje	1	20
Ödev	4	20
Sunum/Jüri	-	-
Derse Özgü Staj	-	-
Diğer Uygulamalar (seminer, stüdyo kritiği, workshop vb.)	-	-
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.)	-	-
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	20
Final Sınavı	1	40
Total:	7	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Laboratuvar	0	0	0
Uygulama	0	0	0
Arazi Çalışması	0	0	0
Proje	1	60	60
Ödev	4	4	16
Sunum/Jüriye Hazırlık	0	0	0

Derse Özgü Staj	0	0	0
Diğer Uygulamalara Hazırlık	0	0	0
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	0	0	0
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	15	15
Final Sınavı	1	17	17
Toplam İş Yüğü (saat):			150

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10
OC1	1	2	2	3	1	3			2	3
OC2							3			3
OC3		2	3	3	1					

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek