

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Reklamcılık Yönetimi	AD 415	Bahar	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:	Öğrencilerden beklenenler: Temel teorileri, kavramsal çerçeveleri, metodolojileri ve iş ve iletişim stratejilerini uygulamayı öğrenmeleri, Kendi liderlik tarzlarının daha fazla farkına vardıracak bir araç olarak çeşitli kuramsal yapıları incelemek ve hesap yönetiminde liderlik ve yönetim becerilerini geliştirmek için stratejik iş modellerini uygulamak, İş sorunlarını analiz etmek, stratejik çözümler formüle etmek ve sağlıklı kararlar verebilmek için stratejik modeller tanımlamak ve uygulamak.					
Dersin İçeriği:	Belli bir kişinin veya belirli bir kuruluş veya endüstrideki kişilerin yönetim becerilerine göre çıkarımlar yapmak ve 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.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	1- Temel pazarlama bilgisi edinmek 2- İletişim ve takım yönetimi hakkındaki becerileri geliştirmek 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	Öğrenciler araştırma ve uygulamalara interaktif olarak katılırlar.					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Giriş	
2	Yönetim, Yönetim Yöntemi ve Yönetim Becerileri'nin anlamı	
3	Marka iletişimi karması, marka ve marka temel bilgilerine giriş, stratejik pazarlama sürecine giriş	
4	Tüketici görüşleri, toplantı raporu yazma yolları	
5	Toplantıyı ele alma hakkında vaka incelemesi grup çalışması	
6	Pazar ve rekabet eğilimleri, SWOT analizi, marka hiyerarşi piramidi	
7	Müşteri ihtiyaç ve talep analizi. Yaratıcı ve sonuç odaklı brief yazma	
8	Ara Sınav	
9	Üretim hazırlıklarının onaylanması	

10	Liderlik ve yönetimin etkisini değerlendirmek için örgütsel vakanın (ajanslar ve reklam verenler) analiz ve eleştirisi	
11	Stratejik plan ve vaka çalışmalarında kullanılan ana yöntemlerin gözden geçirilmesi ve analizi	
12	Karar alma süreci ve stratejik planlama	
13	İş geliştirme ve kriz yönetimi için müzakere becerileri	
14	Marka mimarisi, marka mimarisi türleri	

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Business balls .com; IVEY Business Journal/improving the practice of management; Workplacepsychology The science of people at work; llearning-solutions.com

DİĞER KAYNAKLAR

Yok

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Proje	1	30
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	30
Final Sınavı	1	40
Total:	3	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Proje	1	30	30
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	32	32
Final Sınavı	1	46	46
Toplam İş Yüğü (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
OC1						2				
OC2				3						
OC3							3			
OC4								2	3	
OC5							3			

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek