

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)

2019 - 2020 Eğitim Öğretim Yılı

REKLAMCILIĞA GİRİŞ

Ders Tasarımı (Syllabus)

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
REKLAMCILIĞA GİRİŞ	PR.1238330	Bahar Dönemi	3+0	3	6
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Doç.Dr. Bilge KARAMEHMET ALTUNTAŞ				
Dersi Verenler	Doç.Dr. Bilge KARAMEHMET ALTUNTAŞ				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilere reklamın temelleri ile ilgili genel bilgi kazandırmaktır. Başlangıç seviyesinde bir ders olarak, öğrencileri reklamın ve ticari iletişimin hem temel hem de uzmanlaşmış alanlarında ileri tetkik için hazırlamaktadır. Bu derste öğrenciler, reklam örneklerini tartışacak ve inceleyecek; reklam endüstrisindeki en başarılı uygulamaları gözlemleyecek; ve yaratıcı kampanyalara ilişkin süreçleri inceleyecektir.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Reklama Giriş,Reklam Teorileri,Reklam Süreçleri,Reklam Medyası,Yaratıcı Reklam Stratejileri,Örnek Olay İncelemesi,Reklam Ajansları,Reklam veren-Ajans İlişkisi,Pazarlama İletişim Karması I,Pazarlama İletişim Karması II,Reklam Yaklaşımları,Medya Planlaması,Reklamda Etik,Örnek Olay İncelemesi; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
2.Reklam kampanyası planlama ve yürütme sürecini açıklayabilecektir.				1, 2	A
1. Reklamın temellerini kavrayabilecektir.				1, 2	A
1.1 Teorileri açıklar.				1, 2	A
1.2 Reklamın temel kavramlarını açıklar.				1, 2	A
1.3 Reklamın özelliklerini açıklar.				1, 2	A
2.1 Firma ve reklam ajansı arasındaki ilişkiyi kavrar.				1, 2	A
2.2 Reklam kanallarını sınıflandırır.				1, 2	A
2.3 Reklam kampanyası değerlendirme sürecini bilir.				1, 2, 20	A
3. Reklamın yaratıcı yaklaşımlarını açıklayabilecektir.				1, 12, 2	A
3.1 Duygusal yaklaşımı açıklar.				1, 12, 2	A
3.2 Ahlaki yaklaşımı açıklar.				1, 12, 2	A
3.3 Rasyonel yaklaşımı açıklar.				1, 12, 2	A
3.4 Yaratıcı süreçleri kavrar.				1, 12, 2	A
4. Reklam ve diğer iletişim araçları arasındaki ilişkiyi açıklayacaktır.				1, 2	A
4.1 İletişim araçlarını tanıır.				1, 2	A
4.2 Reklamın diğer iletişim araçlarıyla ilişkisini anlatır.				1, 2	A
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 2: Soru - Cevap, 20: Bakım Planı				
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Reklama Giriş				
2	Reklam Teorileri				
3	Reklam Süreçleri				
4	Reklam Medyası				
5	Yaratıcı Reklam Stratejileri				
6	Örnek Olay İncelemesi				
7	Reklam Ajansları				
8	Reklam veren-Ajans İlişkisi				
9	Pazarlama İletişim Karması I				
10	Pazarlama İletişim Karması II				
11	Reklam Yaklaşımları				
12	Medya Planlaması				
13	Reklamda Etik				
14	Örnek Olay İncelemesi				
Kaynaklar					
ADVERTISING AND IMC. MORIARTY,S. MITCHELL, N. WELLS, W. PEARSON. 10TH ED. 2015POWERPOINT SUNUMLAR					