

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)

2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı

REKLAM MODEL VE STRATEJİLERİ

Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
REKLAM MODEL VE STRATEJİLERİ	PR2173290	Güz Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler	Reklam çözümlenmeleri,GöstergebilimMedya ve Dilgrafik tasarım, 3D, ILLUSTRASYON, Reklâm fotoğrafçılığı, Kamera ve Işık sistemleri				
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	Doç. Dr. Bilge KARAMEHMET ALTUNTAŞ				
Dersin Amacı	Reklâm stratejileri ve modellerini özümsetmek; alana dair farkındalık kazandırmakreklam kavramlarını belletmek				
Dersin İçeriği	Bu ders; Reklam nedir, reklamın amaçları kısa tarihçesi, toplum ve ekonomideki yeri,Reklamın önemi reklamın hayatımızdaki yeri reklam mecraları; reklam modelleri ,Reklam modelleri ; AIDA• DAGMAR or 'Hierarchy of Effects'• DRIP• VIPS• DMP• PLC• Maslow• MECCA or Means-End Chain,Reklam örneReklam modelleri ; AIDA• DAGMAR or 'Hierarchy of Effects'• DRIP• VIPS• DMP• PLC• Maslow• MECCA or Means-End Chain,Reklam modelleri ; AIDA• DAGMAR or 'Hierarchy of Effects'• DRIP• VIPS• DMP• PLC• Maslow• MECCA or Means-End Chain,Reklam modelleri ; AIDA• DAGMAR or 'Hierarchy of Effects'• DRIP• VIPS• DMP• PLC• Maslow• MECCA or Means-End Chain,Reklam stratejilerine giriş,Reklam stratejileri- öğrenci sunumları,Reklam stratejileri; öğrenci sunumları,Reklam stratejilerine dünya reklamlarından örnekler: Stratejileri inceleme ve tahminde bulunma- öğrenci sunumları,Reklam incelemeleri; yazılı, hareketli, billboard, sosyal medya, mobile - öğrenci sunumları,Reklam stretejisini veya modelini bulmak için gruplu reklam incelemeleri- öğrenci sunumları,Reklam incelemeleri ve tekrarlar- öğrenci sunumları,Reklam inceleme- Genel değerlendirme- öğrenci sunumları; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri			
Bir reklamı oluşturan öğeleri açıklar	10, 13, 19, 20, 37, 9	A			
Bir reklamın tasarlanmasındaki etkenleri listeler	16, 9	A, E			
Reklam model ve stratejilerini açıklar	2, 6, 9	A, C			
Reklam model ve stratejilerini tanımlar	16, 9	A, E			
Reklam model ve stratejilerini değerlendirir	6	A, E, F			
Reklam modellerini tanımlar	16, 9	A, E, F			
Reklam stratejilerini tanımlar	16, 9	A, D, E, F			
Reklam oluşturma yöntemlerini örnekler	16, 9	A, E, F			
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 19: Beyin Fırtınası Tekniği, 2: Proje Temelli Öğrenme Modeli, 20: Tersine Beyin Fırtınası Tekniği, 37: Bilgisayar Ve İnternet Destekli Öğretim, 6: Deneyimle Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, C: Çoktan Seçmeli Sınav, D: Sözlü Sınav, E: Ödev, F: Proje Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Reklam nedir, reklamın amaçları kısa tarihçesi, toplum ve ekonomideki yeri	İlgili okuma			
2	Reklamın önemi reklamın hayatımızdaki yeri reklam mecraları; reklam modelleri	İlgili okuma			
3	Reklam modelleri ; AIDA• DAGMAR or 'Hierarchy of Effects'• DRIP• VIPS• DMP• PLC• Maslow• MECCA or Means-End Chain	İlgili okuma			
4	Reklam örneReklam modelleri ; AIDA• DAGMAR or 'Hierarchy of Effects'• DRIP• VIPS• DMP• PLC• Maslow• MECCA or Means-End Chain,Reklam modelleri ; AIDA• DAGMAR or 'Hierarchy of Effects'• DRIP• VIPS• DMP• PLC• Maslow• MECCA or Means-End Chain	İlgili okuma			
5	Reklam modelleri ; AIDA• DAGMAR or 'Hierarchy of Effects'• DRIP• VIPS• DMP• PLC• Maslow• MECCA or Means-End Chain	İlgili okuma			
6	Reklam modelleri ; AIDA• DAGMAR or 'Hierarchy of Effects'• DRIP• VIPS• DMP• PLC• Maslow• MECCA or Means-End Chain	İlgili okuma			
7	Reklam stratejilerine giriş	İlgili okuma			
8	Reklam stratejileri- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
9	Reklam stratejileri; öğrenci sunumları	İlgili okuma			
10	Reklam stratejilerine dünya reklamlarından örnekler: Stratejileri inceleme ve tahminde bulunma- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
11	Reklam incelemeleri; yazılı, hareketli, billboard, sosyal medya, mobile - öğrenci sunumları	İlgili okuma			
12	Reklam stretejisini veya modelini bulmak için gruplu reklam incelemeleri- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
13	Reklam incelemeleri ve tekrarlar- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
14	Reklam inceleme- Genel değerlendirme- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)
2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı
REKLAM MODEL VE STRATEJİLERİ
Syllabus

Kaynaklar

Advertising & Integrated Brand Promotion 7th edition, GENGACE LEARNING Pub.2015

Ders notları-pp

Dyer, Gillian, Advertising as Communication, Routledge

Barthes, Roland, Mythologies,

Reklam modelleri ve yöntemleri ile ilgili tüm kaynaklar, pazarlama ve satışla ilgili olanlar

Reklam terminolojisi /sözlüğü

Yeni Medya ve reklâmçılık
REKLAM vAKFI YAYINLARI VE WEB sayfası