

**İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)****2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı****İKNA STRATEJİLERİ****Syllabus**

<b>Dersin Tanımı</b>					
<b>Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyıl</b>	<b>T+U Saat</b>	<b>Kredi</b>	<b>AKTS</b>
İKNA STRATEJİLERİ	PR2273460	Bahar Dönemi	3+0	3	5
<b>Ön Koşul Dersleri</b>					
<b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	İngilizce				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans				
<b>Dersin Türü</b>	Programa Bağlı Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doç.Dr. Yeşim ESGİN				
<b>Dersi Verenler</b>	Doç.Dr. Yeşim ESGİN				
<b>Dersin Yardımcıları</b>	Doç.Dr. Yeşim Esgin				
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders öğrencilere yalnızca ikna stratejilerinin temel prensiplerini aktarmayı değil, aynı zamanda ikna teorilerini reklamcılık, pazarlama iletişimi ve dijital iletişim kampanyaları gibi farklı bağlamlarda uygulayabilme yetisi kazandırmayı amaçlamaktadır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders; Introduction to Communication and Persuasion, The Key Elements in Persuasion, Attitude, Behavior and Cognitive Dissonance, Persuasion Strategies I, Persuasion Strategies II, Persuasion Strategies III, Structuring Persuasive Messages, Persuasive Approaches in Advertising, Persuasive Approaches in Marketing Communication, The Use of Persuasion Technologies on Internet Sites, Sector Specific Comparative Analysis of Persuasion Technologies, Structuring Web Based Persuasive Messages, Course Wrap-Up, Final Team Project Presentations; konularını içermektedir.				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	After completing this course, students will: • be able to explain persuasion strategies • recognize the persuasive strategies used in advertising and marketing campaigns • comprehend fundamentals of web based persuasion technologies • be able to structure theory-driven persuasive messages for digital platforms			<b>Öğretim Yöntemleri</b>	<b>Ölçme Yöntemleri</b>
				13, 16, 19, 4, 5	A, F
<b>Öğretim Yöntemleri</b>	13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği, 19: Beyin Fırtınası Tekniği, 4: Sorgulama Temelli Öğrenme Modeli, 5: İşbirlikli Öğrenme Modeli				
<b>Ölçme Yöntemleri</b>	A: Klasik Yazılı Sınav, F: Proje Görevi				
<b>Ders Akışı</b>					
<b>Sıra</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>			
1	Introduction to Communication and Persuasion				
2	The Key Elements in Persuasion				
3	Attitude, Behavior and Cognitive Dissonance				
4	Persuasion Strategies I				
5	Persuasion Strategies II				
6	Persuasion Strategies III				
7	Structuring Persuasive Messages				
8	Persuasive Approaches in Advertising				
9	Persuasive Approaches in Marketing Communication				
10	The Use of Persuasion Technologies on Internet Sites				
11	Sector Specific Comparative Analysis of Persuasion Technologies				
12	Structuring Web Based Persuasive Messages				
13	Course Wrap-Up				
14	Final Team Project Presentations				
<b>Değerlendirme Yöntemleri</b>		<b>Sınava Katkısı</b>			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

<b>Kaynaklar</b>
Robert B. CIALDINI, İknanın Psikolojisi, MediaCat, İstanbul, 2016 Yeşim ESGİN, İkna Teknolojileri-İnternet Sitelerinde Sektörel Bazlı Karşılaştırmalı Analiz, Çizgi Kitabevi, 2018 Ders Notları Cialdini, R., & Goldstein, N. (2002, April). The Science and Practice of Persuasion. Cornell Hospitality Quarterly, 43, pp. 40-50.
Öğrencilerin derse en az %70 devam zorunluluğu vardır.