

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)**2021 - 2022 Eğitim Öğretim Yılı****HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK PROJESİ****Ders Tasarımı (Syllabus)**

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK PROJESİ	PR4212025	Bahar Dönemi	2+1	2,5	5
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, Dört yıllık halkla ilişkiler ve reklamcılık eğitimi boyunca alınan bilgilerin uygulamaya aktarılmasını ve öğrencinin proje danışman öğretim üyesi gözetiminde 360 derece pazarlama iletişimi kampanyası gerçekleştirmesi amaçlanmaktadır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Proje Genel Bilgilendirme, İşleyiş ve Kapsam,Proje Konusu Seçim Süreci ve Proje Konusu Kriterleri,Proje Brief Yazımı,Proje Revize Debrief ve Rebrief Süreci,Literatür Taraması,Durum Analizi (Marka, Ürün, Rakip, Pazar, SWOT ve PEST Analizleri),Hedef Kitle Analizi& SİP Sunumu,Kreatif Çalışma Planı,Reklam Kampanya Hedefleri, Motto, Reklam Tonu ve Reklam Stili,Medya Planlama Stratejisi: Geleneksel ve Dijital Mecralar,Kreatif Çalışmalar: Kampanyanın geleneksel ve dijital mecra boyutları,Reklam Filmi, Radyo Spotu, Storyboard,Zaman Planı & Bütçe,Proje Genel Değerlendirme & Proje Sunumları; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları			Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri	
Halkla ilişkiler ve reklamcılık ile ilgili yöntemleri projelerde etkin bir şekilde kullanır.			14, 4	C, D	
360 Derece pazarlama iletişimi kampanyasının stratejisini planlar.			1, 14, 2, 3, 4	B	
360 Derece pazarlama iletişimi kampanyasını yönetir.			14, 16, 3, 4	B, C, D	
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 14: Bireysel Çalışma, 16: Proje Temelli Öğrenme, 2: Soru - Cevap, 3: Tartışma, 4: Alistırma ve Uygulama				
Ölçme Yöntemleri	B: Sözlü Sınav, C: Ödev, D: Proje / Tasarım				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Proje Genel Bilgilendirme, İşleyiş ve Kapsam				
2	Proje Konusu Seçim Süreci ve Proje Konusu Kriterleri				
3	Proje Brief Yazımı				
4	Proje Revize Debrief ve Rebrief Süreci				
5	Literatür Taraması				
6	Durum Analizi (Marka, Ürün, Rakip, Pazar, SWOT ve PEST Analizleri)				
7	Hedef Kitle Analizi& SİP Sunumu				
8	Kreatif Çalışma Planı				
9	Reklam Kampanya Hedefleri, Motto, Reklam Tonu ve Reklam Stili				
10	Medya Planlama Stratejisi: Geleneksel ve Dijital Mecralar				
11	Kreatif Çalışmalar: Kampanyanın geleneksel ve dijital mecra boyutları				
12	Reklam Filmi, Radyo Spotu, Storyboard				
13	Zaman Planı & Bütçe				
14	Proje Genel Değerlendirme & Proje Sunumları				
Kaynaklar					
Ders notları					