

İletişim Fakültesi / Medya ve Görsel Sanatlar Programı**2024 - 2025 Eğitim Öğretim Yılı****YARATICI REKLAMCILIK****Syllabus**

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
YARATICI REKLAMCILIK	MGS2211623	Bahar Dönemi	2+1	2,5	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Asena TEMELLİ COŞGUN				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Asena TEMELLİ COŞGUN				
Dersin Yardımcıları	Doç. Dr. Bilge KARAMEHMET ALTUNTAŞ				
Dersin Amacı	Bu dersin amacı genel olarak yaratıcılık kavramının anlamını, günümüzdünyasındaki önemini ve reklamcılıkta kullanımını aktarmak, öğrencilerin yaratıcı düşünme yeteneklerini geliştirmektir.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Tanışma, derse genel giriş ve ders izlencesinin paylaşımı ,Yaratıcılık, İnovasyon, Gelişim Kavramları,Yaratıcı Düşünme Teknikleri ,Pazarlama, Pazarlama iletişimi ve yaratıcılık,Reklam ve Yaratıcılık (kavramlar, örnek reklamlar),Reklam kampanyası, kreatif brief, üretim süreçleri,Yaratıcı strateji (hedef kitle, mesaj, reklam dili vb.) ,Ara sınav,Fikir nasıl bulunur? - Öğrenci sunumları,TV spotu, radyo spotu yazmanın temel kuralları- öğrenci sunumları,Basın ilanı, doğrudan posta, açık hava reklamları yazmanın temel kuralları- öğrenci sunumları,Yaratıcı Reklam Örnek Değerlendirme - öğrenci sunumları,Yaratıcı Strateji ve Uygulamalar - Öğrenci Sunumları,Yaratıcı Uygulamalar - Değerlendirme- öğrenci sunumları; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
Yaratıcılık terimini tanımlar				14, 5, 9	E, F
Yaratıcılığın markalaşma ve pazarlama iletişimdeki önemini ilişkilendirir				10, 16, 6, 8, 9	A, F
Yaratıcı strateji oluşturur				14, 5, 6	F
Reklamda yaratıcı stratejinin önemini kavrar				10, 16, 9	A
Reklamda bir yaratıcı strateji oluşturur				16, 9	A, F
Yaratıcılık kavramını tanımlar				10, 9	C, E
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 14: Bireysel Çalışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 5: İşbirlikli Öğrenme Modeli, 6: Deneyimle Öğrenme Modeli, 8: Ters-yüz Edilmiş Sınıf Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, C: Çoktan Seçmeli Sınav, E: Ödev, F: Proje Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Tanışma, derse genel giriş ve ders izlencesinin paylaşımı	İlgili okuma			
2	Yaratıcılık, İnovasyon, Gelişim Kavramları	İlgili okuma			
3	Yaratıcı Düşünme Teknikleri	İlgili okuma			
4	Pazarlama, Pazarlama iletişimi ve yaratıcılık	İlgili okuma			
5	Reklam ve Yaratıcılık (kavramlar, örnek reklamlar)	İlgili okuma			
6	Reklam kampanyası, kreatif brief, üretim süreçleri	İlgili okuma			
7	Yaratıcı strateji (hedef kitle, mesaj, reklam dili vb.)	İlgili okuma			
8	Ara sınav	İlgili okuma			
9	Fikir nasıl bulunur? - Öğrenci sunumları	İlgili okuma			
10	TV spotu, radyo spotu yazmanın temel kuralları- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
11	Basın ilanı, doğrudan posta, açık hava reklamları yazmanın temel kuralları- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
12	Yaratıcı Reklam Örnek Değerlendirme - öğrenci sunumları	İlgili okuma			
13	Yaratıcı Strateji ve Uygulamalar - Öğrenci Sunumları	İlgili okuma			
14	Yaratıcı Uygulamalar - Değerlendirme- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
Değerlendirme Yöntemleri		Sınav Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar

Jim Avery, Kampanya Planlaması, Reklamcılık Vakfı Yayınları,2005
Kemal Sezer, Reklamın Sokak Çocuğu; Ersin Salman, Reklamcılık Vakfı Yayınları, 2005
F. Hürel, Yaratıcı Reklamcılık. İstanbul, Say Yayınları, 2008.
Daniel Smith, Steve Jobs Gibi Düşünmek, NTV Yayınları, 2013
Creative Advertising, New Edition Paperback – June 23, 2008