



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Reklamcılık Bitirme Projesi							
Ders Kodu		HİR411		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	15	İş Yüğü	375 (Saat)	Teori	3	Uygulama	6	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu dersin amacı öğrencilere, başarılı bir reklam kampanyasının nasıl üretilmesi gerektiğini öğretmektir.							
Özet İçeriği		Öğrenciler dönem boyunca, aşama aşama bir reklam kampanyası tasarlarlar ve tasarladıkları bu kampanyanın uygulamasını yaparlar.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Proje Tabanlı Öğrenme, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Reklam Kampanyalarının Planlamasında Satış Noktasında Reklamın Önemi, Güzide Öncü Eroğlu Pektaş
2	Satan Reklam Yaratmak, Luke Sullivan , Sam Bennett

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Grupların oluşturulması, Danışman öğretim üyelerinin belirlenmesi
2	Teorik	Brief ve ürün-marka belirlenmesi
3	Uygulama	Briefe yönelik temel noktalar ve Durum analizi
4	Teorik	Durum Analizi-İletişim Sorunu
5	Uygulama	Yaratıcı Stratejinin geliştirilmesi
6	Uygulama	Yaratıcı Uygulamalar
7	Teorik	Yaratıcı Uygulamalar
8	Ara Sınav (Vize)	Kampanya öneri raporunun teslimi
9	Uygulama	Kampanya Uygulama
10	Uygulama	Kampanya Uygulama
11	Uygulama	Kampanya Uygulama
12	Uygulama	Kampanya Uygulama
13	Uygulama	Kampanya Uygulama
14	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Kampanya Raporunun Sunulması

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	12	4	2	72
Uygulamalı Ders	13	5	3	104
Proje	1	99	100	199
Toplam İş Yüğü (Saat)				375
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				15

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Markanın içinde bulunduğu durumu tespit ederek sorun alanlarını açıklayabilecektir.
2	Marka için iletişim hedeflerini ifade edebilecektir.
3	İletişimin yönlendirileceği hedef kitleleri belirleyebilecektir.
4	Markanın iletişim sorununu çözecek reklam fikrini geliştirebilecektir.



5	Uygun reklam fikrinin uygulamasını yapabilecektir.
---	--

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanlarına yönelik hukuki düzenlemelerin, yasa ve mevzuatın bilincinde olup, buna uygun davranabilmek
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranabilmek
3	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdeleyebilmek ve kullanabilmek.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve tekniklerini geliştirip, uygulayabilmek.
6	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek.
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişim, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip edip, kullanabilmek
8	Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medya ile ilişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişim, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplinin ve reklam disiplininin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışmasında yer alabilme, karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim becerilerini elde edebilmek
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar programları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek.
11	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu disiplinlerden yararlanabilmek
12	Bölgesel, ulusal, ve küresel konular/sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak, bunlarla ilgili kanıtlara ve araştırmalara dayalı çözüm önerileri geliştirebilmek ve bunları kamuya anlatabilme becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininin edinen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişimi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilmek.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	5	5	5	5	5
PÇ2	5	5	5	5	5
PÇ3	5	5	5	5	5
PÇ4	5	5	5	5	5
PÇ5	5	5	5	5	5
PÇ6	5	5	5	5	5
PÇ7	5	5	5	5	5
PÇ8	5	5	5	5	5
PÇ9	5	5	5	5	5
PÇ10	5	5	5	5	5
PÇ11	5	5	5	5	5
PÇ12	5	5	5	5	5
PÇ13	5	5	5	5	5

