



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Uluslararası Reklamcılık							
Ders Kodu		HİRY511		Ders Düzeyi		Yüksek Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Reklamcılığı uluslararası boyutta ele almak, kültürlerarasılık kavramı doğrultusunda reklam stratejilerini ve reklam kampanyalarının nasıl yapılacağını ve nelere dikkat edilmesi gerektiğini öğretmek.							
Özet İçeriğı		Bu dersle öğrenciler farklı ülkelerdeki reklam yapılarını ve burada kültürün rolünü öğrenebilirler.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Prof. Dr. Mustafa Özgür SEÇİM						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Klein, Naomi. No Logo, İstanbul: Bilgi Yayınevi, 2002.
---	--

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Pazarlama İletişimi çalışmaları İçerisinde Reklamın Yeri, Önemi, Reklam Türleri.
2	Teorik	Dünya'da ve Türkiye'de küreselleşme olgusu , güçlü ve başarılı küresel markalar.
3	Teorik	Küreselleşmenin Reklam Üzerindeki Etkileri , Reklam Endüstrisinde Uluslararasılaşma (Global Markalar ve Network Ajanslar) , Küresel Reklamın Kavramsal Açılımı (Uluslararası, Çok Uluslu, Kültürlerarası ve Çok Kültürlü Reklamlar).
4	Teorik	Küreselleşen Markaların Reklam Planlaması ve Stratejileri.
5	Teorik	Küresel Markaların Ürettikleri Reklam Stratejileri Sonucunda Ortaya Çıkan Kültür Çatışmaları, Kültür Öğelerinin Kullanımı ve Reklam Çekicilikleri Doğrular ve Yanlışlar
6	Teorik	Küresel Markaların Ürettikleri Reklam Kampanyası Örnekleri 1
7	Ara Sınav (Vize)	vize
8	Uygulama	Küresel Markaların Ürettikleri Reklam Kampanyası Örnekleri 2
9	Uygulama	öğrenci sunumları
10	Uygulama	öğrenci sunumları
11	Uygulama	öğrenci sunumları
12	Uygulama	öğrenci sunumları
13	Uygulama	öğrenci sunumları
14	Dönem Sonu Sınavı (Final)	final

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	13	2	3	65
Ara Sınav	1	29	1	30



Dönem Sonu Sınavı	1	29	1	30
Toplam İş Yüğü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Reklamda ve tutunma sürecinde farklılaşmayı analiz edebilecek
2	Stratejik plan geliştirebilecek
3	Mesaj yaratma ve planlama sürecini yönetebilecek
4	Yaratıcı taktikleri değerlendirebilecek ve uygulayabilecek
5	Reklam ve diğer araçları bütünleşik olarak kullanabilecek

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yüksek Lisans Programı)

1	İletişimin kültürel boyutlarını inceleyebilecek ve üzerinde akademik çalışmalar yapabilir.
2	Mesaj stratejisini kurumsal çerçevede ele alabilir
3	Reklamcılığın temeli, multimedya, internet ve mobil iletişim pazarlama ilkeleri alanında bilgiye sahip olur.
4	Reklam kampanyaları planlama ve değerlendirme aşamalarında temel yöntemler
5	Reklamcılık ve diğer pazarlama iletişimi çabalarının yorumlanma yeteneği
6	Marka, marka imajı, marka yaratmak ve marka denkliği konusunda yetenek kazanır.
7	Bütünleşik pazarlama yönetimi ve stratejik rolü
8	Dağıtım kanalları, perakendecilik ve satın alma noktasıyla ilgili strateji oluşturma
9	Bilimsel araştırmanın ve sosyal olguların özellikleri
10	Yaratıcı düşünce ve reklam yazarlığı ve ilgili süreç

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	3	5		3	
PÇ2	5	5	4	4	5
PÇ3		4	3	4	3
PÇ4	4	5	3	3	4
PÇ5		4	3	4	5
PÇ6	5	4	5	3	4
PÇ7	5	4	5	5	
PÇ8	5	4		4	4
PÇ9	5	4		5	
PÇ10		4	5	4	

