**İçerik**

| Ders Kodu | Dersin Adı | Yarıyıl | Teori | Uygulama | Lab | Kredisi | AKTS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| RPP203 | Reklamcılığın Temel İlkeieri I | 3 | 2 | 0 | 0 | 2 | 3 |

| | |
|---|---|
| Ön Koşul | |
| Derse Kabul Koşulları | |

| | |
|---|---|
| Dersin Dili | Türkçe |
| Türü | Seçmeli |
| Dersin Düzeyi | Lisans |
| Dersin Amacı | Bu dersin amacı öğrencilere reklam konusunda gerekli temel bilgileri vermek, reklam kavramı, reklamcılığın gelişimi, günümüzdeki durumu, hedef kitle üzerinde nasıl etkili olduğu konusunda bilgilendirmektir. |
| İçerik | Reklam tanımı.<br>Reklamla ilgili kuruluşlar.<br>Reklam türleri.<br>Reklamın etki süreci.<br>Reklam tarihi<br>Türkiye'de reklamcılık<br>Reklam ve hukuksal düzenlemeler. |
| Kaynaklar | .<br><br>Mike Featherstone, Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1997.<br><br>Varda Langholz Leymore, Hidden Myth: Structure&Symbolizm in Advertising, New York, Basic Books Inc., 1975.<br><br>Nicolas Riou, Pub Fiction: Société Postmoderne et Nouvelles Tendances Publicitaires, Paris, Editions d'Organisation, 1999.<br><br>Halime Yücel, Reklamcılığın Temel İlkeleri, Nobel Yayıncılık, 2022.<br>Elden, M. (2009). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları.<br>Elden, M., Ulukök, Ö. ve Yeygel, S. (2005). Şimdi Reklamlar. İstanbul: İletişim Yayınları.<br>Altunışık, R. ve Karaarslan, N. (2011). Pazarlama İletişimi. Ankara: Gazi Kitabevi. |

**Teori Konu Başlıkları**

| Hafta | Konu Başlıkları |
|---|---|
| 1 | Reklamın tanımı |
| 2 | Reklam Kurumları |
| 3 | Reklam Türleri |
| 4 | Reklam Süreci |
| 5 | Reklam Tarihi |
| 6 | Reklam Tarihi |
| 7 | Türkiye'de reklam |
| 8 | Türkiye'de reklam |
| 9 | Reklamın Kodları |
| 10 | Reklam ve Yaratıcılık |
| 11 | Reklam Akımları |
| 12 | Reklam ve Retorik |
| 13 | Reklam Araçları |
| 14 | Reklam Sınırlamaları |