

## İçerik

| Ders Kodu | Dersin Adı                      | Yarıyıl | Teori | Uygulama | Lab | Kredisi | AKTS |
|-----------|---------------------------------|---------|-------|----------|-----|---------|------|
| RPP204    | Reklamcılığın Temel İlkeleri II | 4       | 3     | 0        | 0   | 3       | 5    |

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

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dersin Dili   | Türkçe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Türü          | Grup Zorunlu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Dersin Düzeyi | Lisans                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Dersin Amacı  | Bu dersin amacı reklam planlamasının temel evreleri üzerine bilgi vermektir. Reklamveren ve reklam ajansının bir reklam kampanyası planlanma sürecinde nasıl çalıştıkları, reklam planması konusunda, araştırma, planlama ve uygulama evrelerini gerçekleştirirken nasıl bir yol izledikleri işlenecektir.                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| İçerik        | <p>Reklam planlaması kavramı</p> <p>Reklam kampanyasının amaçları</p> <p>Ürün ve hizmet analizi</p> <p>Hedef kitle (1)</p> <p>Hedef kitle (2)</p> <p>Reklamda yaratıcı strateji (ünlü kullanımı ve USP)</p> <p>Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 1)</p> <p>Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 2)</p> <p>Reklam ortamlarına genel bir bakış</p> <p>Basın için reklam planlaması</p> <p>Televizyon için reklam planlaması Radyo için reklam planlaması</p> <p>Reklam planlamasında yeni ortamlar</p> <p>Reklam kampanyası değerlendirmesi</p> |
| Kaynaklar     | <p>Ders notları</p> <p>Fusun Kocabaş, Müge Elden, ,Reklam ve Yaratıcı Strateji, İstanbul, Yayınevi yayıncılık, 1997.</p> <p>Robert Leduc, La Publicité: Une Force au Service de l'Entreprise, Paris, Dunod, 1990.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## Teori Konu Başlıkları

| Hafta | Konu Başlıkları                                      |
|-------|------------------------------------------------------|
| 1     | Başarılı bir reklam kampanyasının ilkeleri           |
| 2     | Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler (1)  |
| 3     | Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler (2)  |
| 4     | Hedef kitle açısından reklam kampanyaları analizleri |
| 5     | Reklam kampanyalarında görsel ikna                   |
| 6     | Reklam kampanyalarında görsel ikna                   |
| 7     | Günümüz reklam kampanyalarında temel izlekler        |
| 8     | Effie vakaları (1)                                   |
| 9     | Effie Case studies (2)                               |
| 10    | Effie vakaları (3)                                   |
| 11    | Effie Ca (4)                                         |
| 12    | Uluslararası reklam kampanyalarının analizleri (1)   |
| 13    | Uluslararası reklam kampanyalarının analizleri (2)   |
| 14    | International advertising campaigns analysis (3)     |