

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 Zorunlu

Dersin Düzeyi Lisans

Dersin Amacı Bu dersin amacı reklam planlamasının temel evreleri üzerine bilgi vermektir. Reklamveren ve reklam ajansının bir reklam kampanyası planlama sürecinde nasıl çalıştıkları, reklam planması konusunda, araştırma, planlama ve uygulama evrelerini gerçekleştirirken nasıl bir yol izledikleri işlenecektir.

Reklam planlaması kavramı

Reklam kampanyasının amaçları

Ürün ve hizmet analizi

Hedef kitle (1)

Hedef kitle (2)

Reklamda yaratıcı strateji (ünlü kullanımı ve USP)

İçerik

Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 1)

Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 2)  
Reklam ortamlarına genel bir bakış

Basın için reklam planlaması

Televizyon için reklam planlaması Radyo için reklam planlaması

Reklam planlamasında yeni ortamlar

Reklam kampanyası değerlendirilmesi

Ders notları

Kaynaklar

Füsun Kocabaş, Müge Elden, „Reklam ve Yaratıcı Strateji, İstanbul, Yayınevi yayıncılık, 1997.  
Robert Leduc, La Publicité: Une Force au Service de l'Entreprise, Paris, Dunod, 1990.

## 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)

