

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CO-E 541	Reklam ve Kampanya Analizleri 1		3	0	0	3	6
Ön Koşul							
Derse Kabul Koşulları							
Dersin Dili	Türkçe						
Türü	Zorunlu						
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans						
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilere reklam konusunda temel bilgileri vermek ve vaka analizleriyle reklam kampanyalarının çeşitli açılardan nasıl analiz edilebileceği konusunda bilgi kazandırmaktır.						
İçerik	Reklamın tanımı, reklamla ilgili kurumlar, reklamın işleyiş süreci						
	Başarılı bir reklam kampanyasının ilkeleri						
	Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler						
	Vaka analizi						
	Halime Yücel, Reklamcılığın Temel İlkeleri, Nobel, 2022						
Kaynaklar	Paul Rutherford,. Yeni İkonalar, Çev.Mustafa K. Gerçeker, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996.						
	Judith Williamson. Reklamların Dili: Reklamlarda Anlam ve İdeoloji, Çev: Ahmet Fethi, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2001.						
	John Tomlinson. Kültürel Emperyalizm, Çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999.						
	Zeybekoğlu, İstanbul, Ayrıntı 1999						
	Varda Langholz Leymore, Hidden Myth: Structure&Symbolizm in Advertising, New York, Basic Books Inc., 1975.						
	Nicolas Riou, Pub Fiction: Société Postmoderne et Nouvelles						

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Reklamın tanımı, reklamla ilgili kurumlar, reklamın işleyiş süreci
2	Başarılı bir reklam kampanyasının ilkeleri
3	Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler
4	Hedef kitleye açısından reklam kampanyaları analizleri
5	Yaratıcı strateji açısından reklam kampanyaları analizleri
6	Reklamda mizah kullanımının etkileri
7	Günümüz reklam kampanyalarında temel izlekler
8	Vaka analizi
9	Vaka analizi
10	Vaka analizi
11	Vaka analizi
12	Vaka analizi
13	Vaka analizi
14	Vaka analizi