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	Seçmeli
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	Reklam planlaması kavramı Reklam kampanyasının amaçları Ürün ve hizmet analizi Hedef kitle (1) Hedef kitle (2) Reklamda yaratıcı strateji (ünlü kullanımı ve USP) 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 değerlendirmesi
Kaynaklar	Ders notları Elden, M. (2009). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları. Elden, M., Ulukök, Ö. ve Yeygel, S. (2005). Şimdi Reklamlar. İstanbul: İletişim Yayınları. Altunışık, R. ve Karaarslan, N. (2011). Pazarlama İletişimi. Ankara: Gazi Kitabevi. Yücel, Hç (2022) Reklamcılın Temel İlkeleri, Ankara: Nobel

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)

Hafta	Konu Başlıkları
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)