İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM316	Reklamda Yaratıcılık	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Tüketim, haz, zaman, ahlak ve sorumluluk, arzu, mutluluk, dil, sanat, insan emeği, adalet gibi temel kavramları felsefi açıdan incelemek. Pazarlama tarihine kısa göndermeler yaparak; otomobil, sabun ve ilaç sektörlerinde lider markaların ortaya çıkış koşullarını kavramak. Reklam, pazarlama ve yaratıcı düşünce ilişkilerine bakmak. Firmaların, yaratıcı pazarlama ve reklam fikirleri ile nasıl kalıcı markalar çıkarabildiklerini örneklerle ortaya koymak. Yaratıcı beyin, yaratıcı düşünce, teknikler ve kuralları hatırlatmak. Dijital dönüşümü tartışırken yeni pazarlama iletişim tekniklerini vurgulamak. Kitle iletişiminin yeni boyutları ve pazarlamanın 21. Yüzyılda evrilebileceği noktaları tartışmak.
İçerik	Bu derste, pazarlama, yaratıcılık, reklam ve dijital iletişim alanlarındaki kavram ve uygulamalar, başarılı / başarısız, örnekler aracılığı ile ele alınacaktır.

Kaynaklar	-David Ogilvy , Confession of an Advertising Man , 2011 South Bank publishing (1963'te yapılmış birinci baskının yazar tarafından revize edilmiş hali). -Marcel Bleustein -Blanchet , İkna Hırsı , Bir Fransız reklamcının anıları, çev: Cüneyt Akalın ,Yorum Ajans yayınları ,1995. -Jim Aitchison , Basın İlanı Böyle Yapılır , çev: Serkan Balak, Okuyan Us yayınları, 2006. -Pat Fallon, Fred Senn , Portakalı Sıkmak, çev: Ümit Şensoy , Optimist yayınları , 2007. -Robert Heath , Bilinçaltımdaki Reklamlar , reklamlar bizi nasıl etkiler? Çev: Emrah Bilge, MediaCat kitapları , 2013. -How To Be More Creative , David Edwards ,Occasional Productions,1996. -Claude Hopkins , Reklamcılık Yaşantım & Bilimsel Reklamcılık , Yapı Kredi yayınları ,1996. -Al Ries , Jack Trout , Marketing Warfare, 20.th Anniversary edition , McGraw-Hill ,2006. -Gilles Lipovetsky , Le Bonheur Paradoxal , Gallimard, col: Folio essais,2006. -Thierry Maillet , Le Marketing et son histoire , ou le mythe de sisyphe réinventé , Pocket,2010. - Jean Marie Dru , La publicité autrement, Gallimard, Le Débat , 2007. - Richard Susskind , Daniel Susskind, The future of the professions , How technology will transform the work of human experts , Oxford University Press 2015. - Dominique Cardon , A quoi revent les algoritmes ,Nos vies a l'heure des big data , Seuil , République des idées, 2015 - Philippe Jourdan , Valérie Jourdan , Jean-Claude Pacitto Le Marketing de la Grenouille , Nouvelle strategies des marques pour nouveaux consommateurs , Editions Kawa 2017. - Giles Lipovetsky, Plaire et Toucher , essai sur la société de seduction , Gallimard 2017. - Jean-Marie Dru, NEW, 15 approches disruptives de l'innovation, Pearson, 2016. - John Hegarty , Hegarty On Advertising , Thames &Hudson 2017, Turning intelligence into magic. - Celil Oker , Genç Yazarlar için hikaye Anlatıcılığı Kılavuzu , Altın Kitaplar 2018 . Biraz farklı sulara açılmak için: - Walter Benjamin, Sur le Concept de l'Histoire, Petite Bibliothèque de Payot,2013. -Karl Jaspers , La Culpabilité Allemande , Les Éditions de Minuit , col: arguments, 1990. Max Horkheimer – Theodor W.Adorno , La Dialectique de la Raison , fragments philosophiques, ilk baskı 1944 NewYork , 1974 pour la traduction Française , Gallimard , 1974. - Le Temps des Magiciens , 1919 -1929 l'invention de la pensée moderne , Wolfram Ellenberger , 2019. -Benjamin,Barthes ve Fotografın Tekilliği , Kathrin Yacavone ,çev: Simber Atay ve MelihTumen ,Hayalperest Yayınları 2015. -Michel Bourse , Halime Yücel, İletişim Bilimlerinin Serüveni , Ayrıntı yayınları, Schola Ayrıntı dizisi, 2012. -Richard Appignanesi, Chris Garratt, Post-Modernism İcon Books Limited, 2013 -Catherine Dedieu, Christine Removille , Métamorphoses du Marketing , Economica , 2012. -Philip Kotler , Marketing 4.0 , Le Passage au Digital , De Boeck supérieur , 2017 -Atilla Aksoy , Yeni Reklamcılık , İstanbul Bilgi Üniversitesi yayınları,2005. -Guilano da Empoli, Les İngénieurs du Chaos , Ed. JCLattés, 2019. -Anti bible du marketing et du management , 30 principes fondamentaux a l'épreuve des faits, Paul Millier , Pearson Education , France , 2007 - Gerald Bronner , Apocalypse cognitive , PUF , 2021 - Jean Marc Bally , Xavier Desmaison , Comment la Silicone Valley a gagné la guerre de marketing , Harmann , 2020 -Cynthia Fleury, Les irremplaçables, essais folio, Gallimard,2015

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş Dersi – Dersin yapısının anlatılması ve kuralların bildirilmesi
2	Toplumsal değişim, tüketim, yaşam tarzı, hız ve zaman
3	Günümüz pazarlama ve reklam dünyasını kavramaya yönelik temel kavramlar üstüne felsefe
4	Prometeus'tan Dionisos'a... Sanayi devrimi / Tüketim ve İletişim Devrimi / Dijital dönüşüm
5	Klasik pazarlama ve reklam teorileri
6	Pazarlama, tüketim ve tasarım tarihi
7	Ara sınav hazırlık
8	Ara sınav

Hafta	Konu Başlıkları
9	Yeni pazarlama ve reklam teorileri
10	Yaratıcı düşünce: kişisel yaratıcılık, pazarlama ve reklamda yaratıcılık
11	Reklam ve zihnimiz: Reklam nasıl etkili olur?
12	Dijital dünya: algoritmaların hayali nedir? & Dijital dünyada yaratıcı olmak...
13	Bir ajans, bir influencer neler anlataca?
14	Final hazırlık