İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM370	Reklam Kampanyaları Analizi	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı vaka analizleriyle öğrencilere reklam kampanyalarının çeşitli açılardan nasıl analiz edilebileceği konusunda bilgi kazandırmaktır.
İçerik	Reklam kampanyaları analizinde yöntemler Vaka analizleri 1. Hafta: Başarılı bir reklam kampanyasının ilkeleri 2. Hafta: Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler (1) 3. Hafta: Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler (2) 4. Hafta: Hedef kitleye açısından reklam kampanyaları analizleri 5. Hafta: Reklam kampanyalarında görsel ikna 6. Hafta: Reklamda mizah kullanımının etkileri 7. Hafta: Günümüz reklam kampanyalarında temel izlekler 8. Hafta: Konumlandırma açısından analiz 9. Hafta: USP kullanılan reklam kampanyaları analizi 10. Hafta: Marka imajı açısından reklam kampanyaları analizi 11. Hafta: sunum 12. Hafta: sunum 13. Hafta: sunum 14. Hafta: sunum
Kaynaklar	Ders notları, reklam filmleri ve dokümanları 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

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Başarılı bir reklam kampanyasının ilkeleri
2	Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler
3	Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler
4	Hedef kitleye açısından reklam kampanyaları analizleri
5	Reklam kampanyalarında görsel ikna
6	Reklamda mizah kullanımının etkileri

Hafta	Konu Başlıkları
7	Günümüz reklam kampanyalarında temel izlekler
8	Konumlandırma açısından analiz
9	USP kullanılan reklam kampanyaları analizi
10	Marka imajı açısından reklam kampanyaları analizi
11	Öğrenci sunumları
12	Öğrenci sunumları
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları