İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP482	Reklam Kampanyaları Tasarımı	8	4	0	0	4	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin daha önce edindikleri bilgileri uygulamaya koyarak bir reklam kampanyası hazırlamalarıdır.
İçerik	Reklam kampanyasının evreleri, brief yazma ve debrief, tüketici araştırmaları, strateji geliştirme ve uygulama, yaratıcı strateji geliştirme ve yaratıcı çalışma.
Kaynaklar	Avery, Jim&Yount, Debbie. (2015). Advertising Campaign Planning: Developing an Advertising-Based Marketing Plan. Melvin & Leigh, Publishers; 5th edition Kocabaş, Füsun. & Elden, Müge. (1997). Reklam ve Yaratıcı Strateji, İstanbul, Yayınevi yayıncılık. Kumar, V., R. Rajkumar and W. Reinartz. 2006. Knowing what to sell, when, and to whom. Harvard Business Review (March): 131-137. Meyer, C. and A. Schwager. 2007. Understanding customer experience. Harvard Business Review (February): 116-126. Reinartz, W. and P. Saffert. 2013. Creativity in advertising: When it works and when it doesn't. Harvard Business Review (June): 106-112.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Derse giriş
2	Araştırma teknikleri atöltesi 1
3	Araştırma teknikleri atölyesi -2
4	Kampanya brief'inin ve masabaşı çalışmaların değerlendirilmesi
5	Araştırma çalışmalarının izlenmesi
6	Araştırma çalışmalarının izlenmesi
7	VİZE
8	Stratejik planlama atölyesi -1
9	Stratejik planlama atölyesi -2
10	Stratejik planlama çalışmalarının izlenmesi
11	Stratejik planlama çalışmalarının izlenmesi
12	Yaratıcı çalışma atölyesi - 1
13	Yaratıcı çalışma atölyesi - 2
14	Kampanya Sunumlarının Değerlendirmesi