İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CO-E 541	Reklam ve Kampanya Analizleri	2	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
Kaynaklar	Halime Yücel, Reklamcılığın Temel İlkeleri, Nobel, 2022 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