İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPS 582	Reklam Stratejileri	2	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek 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 planlamasının araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme evreleri
Kaynaklar	Ders notları Müge Elden Reklam ve Reklamcılık,Say Yayınları, İstanbul 2009 Füsun Kocabaş, Müge Elden, ,Reklam ve Yaratıcı Strateji, İstanbul, Yayınevi yayıncılık, 1997. Füsun Kocabaş, Müge Elden, Nilay Yurdakul, Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle, İletişim Yayınevi, İstanbul Gül Rengin Küçükerdoğan, Reklam Söylemi, Es, 2005.2002. Robert Leduc, La Publicité: Une Force au Service de l'Entreprise, Paris, Dunod, 1990. Gaye Özdemir Yaylacı, Reklamda Stratejilerle Yönetim, Alfa Basım Dağıtım, İstanbul 1999. Max Sutherland, Alice K. Sylvester, Reklam ve Tüketici Zihni, Mediacat Kitapları, İstanbul 2003. Halime Yücel, Reklamcılığın Temel İlkeleri, Nobel yayıncılık, 2022. http://www.ipsos.com.tr http://tuad.org.tr/

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Reklam planlaması kavramı
2	Reklam kampanyasının amaçları
3	Ürün ve hizmet analizi
4	Hedef kitle (1)
5	Hedef kitle (2)
6	Reklamda yaratıcı strateji (ünlü kullanımı ve USP)
7	Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 1)
8	Sınav
9	Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 2)
10	Reklam ortamlarına genel bir bakış
11	Reklam kampanyası değerlendirmesi
12	Reklam kampanyası değerlendirmesi
13	Sunum

Hafta	Konu Başlıkları
14	Sunum