

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP203	Reklamcılığın Temel İlkeleri I	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilere reklam konusunda gerekli temel bilgileri vermek, reklam kavramı, reklamcılığın gelişimi, günümüzdeki durumu, hedef kitle üzerinde nasıl etkili olduğu konusunda bilgilendirmektir.
İçerik	Reklam tanımı. Reklamla ilgili kuruluşlar. Reklam türleri. Reklamın etki süreci. Reklam tarihi Türkiye’de reklamcılık Reklam ve hukuksal düzenlemeler.
Kaynaklar	. Mike Featherstone, Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1997. Varda Langholz Leymore, Hidden Myth: Structure&Symbolizm in Advertising, New York, Basic Books Inc., 1975. Nicolas Riou, Pub Fiction: Soci��t�� Postmoderne et Nouvelles Tendances Publicitaires, Paris, Editions d’Organisation, 1999. Halime Yücel, Reklamcılığın Temel İlkeleri, Nobel Yayıncılık, 2022. Elden, M. (2009). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları. Elden, M., Uluk��k, ��. ve Yeygel, S. (2005). Şimdi Reklamlar. İstanbul: İletişim Yayınları. Altunışık, R. ve Karaarslan, N. (2011). Pazarlama İletişimi. Ankara: Gazi Kitabevi.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Reklamın tanımı
2	Reklam Kurumları
3	Reklam Türleri
4	Reklam Süreci
5	Reklam Tarihi
6	Reklam Tarihi
7	Türkiye’de reklam
8	Türkiye’de reklam
9	Reklamın Kodları
10	Reklam ve Yaratıcılık
11	Reklam Akımları
12	Reklam ve Retorik
13	Reklam Araçları
14	Reklam Sınırlamaları