

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM316	Reklamda Yaratıcılık	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Pazarlama ve pazarlama iletişimi ilişkilerini açıklamak. Pazarlamada yaratıcılık konusunu açıklamak. Yaratıcı fikir ve yaratıcı firmaların nasıl kalıcı markalar ortaya çıkarabildiklerini, örneklerle irdelemek. Yaratıcı beyin, yaratıcı düşünce, teknikler, kurallar üstünde durmak. Dijital devrimi vurgularken, yeni pazarlama iletişim tekniklerini anlatmak. Kitle iletişiminin yeni boyutlarını ortaya koymak, pazarlamanın 21. yüzyılda varabileceği noktaları tartışmak.
İçerik	Bu derste pazarlama, yaratıcılık, reklam, dijital iletişim ile ilgili kavramlar başarılı ve güncel kampanyalar üzerinden ele alınacaktır.
Kaynaklar	"Basın ilanı böyle yapılır" Jim Aitchison , Okuyan Us yay.2005 "How to be more creative' David D.Edwards, OP book 1979 "İconoclast" Gregory Berns, Harward Business Press,2008 "La marque post-publicitaire" Jean François Variot,Ed. Village 2005 "La publicite autrement" Jean-Marie Dru,Gallimard ,2007

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Pazarlama ve reklam: Markalar, teori ve tarihçe.1. elden tanıklıklar.
2	Yaratıcı brief nasıl yazılır, tüketiciyi tanımak ve anlamak, içgörülerini nasıl öğrenebiliriz.
3	Yaratıcı düşünce. Teknikler, kurallar.
4	Reklamda yaratıcılık
5	Yaratıcı hayaller ve piyasa gerçekleri
6	Bir kreatif direktör neler anlatacak?
7	Dijital dünya ve yeni mecralar
8	Dijital iletişim ve yeni parametreler
9	Tüketici dikkati ve interaksyon
10	Etik, denetim, özdenetim
11	Reklam yoluyla marka yaratılabilir mi?
12	Başarılı kampanya örnekleri ve yaratıcılık
13	Reklam etkinliğinin ölçülmesi
14	Sözlü sunum teknikleri