

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP204	Reklam Planlaması ve Yönetimi	4	3	3	3	3	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	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 planlaması kavramı Reklam kampanyasının amaçları Ürün ve hizmet analizi Hedef kitle (1) Hedef kitle (2) Reklamda yaratıcı strateji (ünlü kullanımı ve USP) Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 1) Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 2) Reklam ortamlarına genel bir bakış Basın için reklam planlaması Televizyon için reklam planlaması Radyo için reklam planlaması Reklam planlamasında yeni ortamlar Reklam kampanyası değerlendirilmesi
Kaynaklar	Ders notları Fusun Kocabaş, Müge Elden, ,Reklam ve Yaratıcı Strateji, İstanbul, Yayınevi yayıncılık, 1997. Robert Leduc, La Publicité: Une Force au Service de l'Entreprise, Paris, Dunod, 1990.

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	Vize Haftası
8	Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 1)
9	Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 2)
10	Reklam ortamlarına genel bir bakış
11	Basın için reklam planlaması
12	Televizyon için reklam planlaması Radyo için reklam planlaması
13	Reklam planlamasında yeni ortamlar
14	Reklam kampanyası değerlendirmesi