

İçerik

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

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Grup Zorunlu
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	Ders notları. 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: Société Postmoderne et Nouvelles Tendances Publicitaires, Paris, Editions d’Organisation, 1999.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Reklam tanımı.
2	Reklamla ilgili kuruluşlar.
3	Reklam türleri.
4	Reklamın etki süreci.
5	Reklam tarihi (1).
6	Reklam tarihi (2).
7	Türkiye’de reklamcılık (1).
8	Türkiye’de reklamcılık (2).
9	Reklamın kodları.
10	Reklam ve yaratıcılık.
11	Reklam akımları.
12	Reklam ve retorik.
13	Reklam ortamları.
14	Reklam ve hukuksal düzenlemeler.