

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L	Türü Z / S	KHAS Kredisi	AKTS
Kampanya Tasarımı ve Analizi	AD 314	6	3+0+0	S	3	6

Akademik Birim	Reklamcılık
Öğrenim Türü	Örgün
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili	İngilizce
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Koordinatörü	
Dersi Verenler	
Dersin Yardımcıları	
Dersin Amacı	<p>Bu dersi alan öğrencilerin</p> <ul style="list-style-type: none">Kampanya tasarlamak ve analiz edebilmek için gerekli kavram ve araçları öğrenmesi,sadece başarılı kampanya yaratıcısı değil aynı zamanda başarılı kampanya analizcisi ve tüketicisi olması <p>beklenmektedir.</p>
Dersin İçeriği	
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ)	<p>Bu dersi başarıyla bitiren öğrenciler:</p> <ul style="list-style-type: none">Etkin her reklam kampanyasının sağlam bir fikir üzerine kurulu olduğunu bilecektir.Sadece iyi planlanmış ve akışkan kampanyaların hayatta kalabileceğini anlayacak ve bunu nedenlendirebilecektir.Gerçek reklam kampanyalarını analiz ederek reklamcılıkta iş hayatına hazırlanacaktır.
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Amaç: şirketi meşhur etmek.	
2	Mükemmel Brif: Tek bir iyi satır	
3	Metadan kurtulmak	
4	Müşteriniz zengin değilse ve markanın bütçesi azsa ne yapmalısınız?	
5	Aynı kampanyayı hem İngiltere hem Vietnam'da çalışır hale getirmek için ne yapmalı?	Okazaki, S., & Rivas, J. A. (2002). A content analysis of multinationals? Web communication strategies: cross-cultural research framework and pre-testing. Internet Research, 12(5), 380-390.
6	Duyular ekseninde reklam	
7	İhtiyaç yoksa yazma	
8	Gör ve görül	Drèze, X., & Zufryden, F. (2004). Measurement of online visibility and its impact on Internet traffic. Journal of Interactive Marketing, 18(1), 20-37.
9	Sınava Hazırlık	

10	Gereğinden fazla satma	
11	İşimizin yarısı şov yapmak	Edgerton, G. R. (Ed.). (2010). Mad men: Dream come true TV. IB Tauris.
12	Ustalara saygı	Taylor, C. (2010). Kenneth Roman. The King of Madison Avenue: David Ogilvy and the Making of Modern Advertising. Enterprise and Society, khq049.
13	Satabileceğiniz bir iyi ürün: kendiniz	
14	Genel tekrar	

*Kadir Has Üniversitesi'nde bir sömestre 14 haftadır, 15. Ve 16. Hafta Sınav haftalarıdır.

Ders Notu	How to Plan Advertising (2nd edition), edited by Alan Cooper, The Account Planning Group, London, 1997. Qualitative Market Research: A comprehensive guide, by Dr. Hy Mariampolski (2001). Sage Publications.
Diğer Kaynaklar	Truth, Lies, and Advertising: The Art of Account Planning, Jon Steel (1998). Publisher John Wiley & Sons, Inc.

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI (ÖÇ)/PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) MATRİSİ

	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10			
ÖÇ1	3	1						2						
ÖÇ2	3													
ÖÇ3	3		3	2				2						
ÖÇ4														
ÖÇ5														
ÖÇ6														
ÖÇ7														
ÖÇ8														
ÖÇ9														

3	Üst Seviyede Destekleniyor	2	Orta Seviyede Destekleniyor	1	Alt Seviyede Destekleniyor
---	----------------------------	---	-----------------------------	---	----------------------------

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ			AKTS / İŞ YÜKÜ			
Yarıyıl Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)	Etkinlikler	Sayı	Süre	Toplam İş Yükü (Saat)
Katılım			Ders Saati	14	3	42
Laboratuvar			Laboratuvar			
Uygulama			Uygulama			
Arazi Çalışması			Arazi Çalışması			
Proje	1	20	Proje	1	24	24
Ödev			Ödev			
Sunum/Jüri			Sunum/Jüriye Hazırlık			
Derse Özgü Staj			Derse Özgü Staj			
Diğer Uygulamalar (Seminer, stüdyo kritiği, workshopvb)			Diğer Uygulamalara Hazırlık (Seminer, stüdyo kritiği, workshopvb)			
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (Okuma, bireysel çalışmavb)	14	10	Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (Okuma, bireysel çalışmavb)	14	1	14
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	30	Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar (Sınav süresi ve sınava hazırlık)	1	20	30

Final Sınavı	1	40	Final Sınavı(Sınav süresi ve sınava hazırlık)	1	20	40
TOPLAM	2	%100	TOPLAM İŞ YÜKÜ			150 Saat 6 AKTS
AKTS kredisi, toplam iş yükünün 25'e bölümüdür. (1 AKTS = 25 saatlik iş yükü)						