

FARUK SARAÇ TASARIM MESLEK YÜKSEKOKULU
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM İKİNCİ ÖĞRETİM PROGRAMI DERS ÖĞRETİM PLANLARI

DERS BİLGİLERİ

Ders	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
Reklam Kampanyaları	PR 203	3	3+0	3	4
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Ön Koşulu	Yok				
Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze				
Dersin Koordinatörü	Öğr. Gör. Yusuf KARADERE				
Dersi Verenler					
Dersin Amacı	Reklam kampanya becerilerini geliştirmek, öğrencilerin verilen özet bilgiler doğrultusunda ekip çalışması yapabilmeleri ve planladıkları reklam kampanyalarını uygulayabilmelerini sağlamak.				

Dersin Öğrenme Kazanımları	1	<i>Reklam kavramını ve pazarlamadaki yerini bilir.</i>
	2	<i>Reklam İletişim sürecini ve bileşenlerini kavrar.</i>
	3	<i>Reklam yaratım süreci hakkında teorik donanım kazanır.</i>
	4	<i>Reklamcılığın gelişimini bilir.</i>
	5	<i>Yaratıcı çalışmalarını ortaya koyar.</i>
	6	<i>Reklam içerik analizlerini gerçekleştirebilir</i>
	7	<i>Bir reklam faaliyetini çekim aşamasına kadar planlayabilir.</i>

DERSİN İÇERİĞİ

Hafta	Teorik	Uygulama
1	Reklam ve Yaratıcılık	
2	Yaratıcı Strateji Hazırlama	
3	Reklam Kampanyası Hazırlama Süreci	
4	Hedef Kitle Analizi	
5	Mesaj Stratejisi	
6	Medya Planlama ve Bütçe	
7	ARA SINAV	
8	Reklam Mecraları	
9	Reklam Nasıl Çalışır	

10	Reklamda Etik	
11	Örnek Sunumlar	
12	Örnek Sunumlar	
13	Örnek Sunumlar	
14	Değerlendirme	

KAYNAKLAR

- Metin IŞIK-Ayhan ERDEM, Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim
- Sevda ALANKUŞ, Yeni İletişim Teknolojileri
- Ferah ONAT, Dijital Çağda Halkla İlişkiler Yazarlığı
- Aybike PELENK ÖZEL- Nuray YILMAZ SERT Dijital Halkla İlişkiler Kavram ve Araçları
- Füsun KOCABAŞ, Müge ELDEN, Reklamcılık “ Kavramlar, Kararlar, Kurumlar”
- Özkan TİKVEŞ, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

DEĞERLENDİRME

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayısı	Katkı Yüzdesi
Ara Sınav	1	40
Ödev	0	0
Yıl Sonu Sınavı	1	60
Toplam	2	100
Yıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı	40	
Finalin Başarıya Oranı	60	
Toplam	100	
Açıklama		