

## EHIR304 - Advertisement Campaigns / Advertisement Campaigns

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Advertisement Campaigns / Advertisement Campaigns	
Ders Kodu / Course Code	EHIR304	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Reklam Kampanyaları dersinin amacı, öğrencilerin reklam kampanyasında yer alan ürün, hedef kitle ve rakip analizi, yaratıcı strateji ve yaratıcı taktiklerin geliştirilmesi, medya planı vb. konulara ilişkin teorik bilgiyi öğrenerek etkili ve yaratıcı bir reklam projesi oluşturmasını gerçekleştirmelerini sağlamaktır.	The aim of the Advertising Campaigns course is to enable students learn the theoretical knowledge about the subjects related to advertising campaign such as product, target audience and competitor analysis, the development of creative strategy and creative tactics, the media plan that will help them create an effective and creative advertising project.
İçeriği / Content	Reklam kampanyalarında stratejik planlama, geliştirme ve uygulama süreciyle ilgili pazarlama, tüketici davranışları, ürün, hedef kitle ve rakip analizi, reklamda yaratıcı strateji ve yaratıcı taktiklerin geliştirilmesi, reklam kampanyalarında mesaj ve medya stratejisi, çeşitli reklam ortamlarında reklam kampanyası uygulamaları örneklerle anlatılacaktır. Öğrencilerin reklam kampanyası geliştirmesi ve sunması sağlanacaktır.	Marketing, consumer behavior, product, target audience and competitor analysis related to the strategic planning, development and implementation process in advertising campaigns, the development of creative strategy and creative tactics in advertising, message and media strategy in advertising campaigns, advertising campaign applications in various advertising environments will be explained with examples. Students will be enabled to develop and present an advertisement campaign.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ders notları	Lecture notes
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç.Dr. Ceyda Deneçli	

## ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenci, reklam kampanyasını ve içeriğini tanımlayabilecektir.	The student will be able to define the advertising campaign and its contents
2	Öğrenci, reklam kampanyasında projeye zemin oluşturacak araştırmayı yapma ve yazma becerisini gösterebilecek.	The student will be able to make the research and write that will form the basis of the project in the advertising campaign.
3	Öğrenci, bir reklam kampanyası sürecindeki tüm basamakları (durum analizi, hedef kitle belirleme, ürün/hizmet/kurum analizi, rakip ve pazara analizi, yaratıcı strateji ve taktiği oluşturma, medya planı, bütçeleme, ölçme-değerlendirme) planlayabilir	The student can plan all the steps (situation analysis, target audience determination, product/service/institution analysis, competitor and market analysis, creative strategy and tactic creation, media plan, budgeting, measurement-evaluation) in an advertising campaign process.
4	Öğrenci, sektör öncesi deneyim kazandıracak reklam kampanyası yaratım sürecinde aktif bir rol üstlenebilir	The student can take an active role in the advertising campaign creation process that will provide pre-sector experience.
5	Öğrenci, reklam kampanyasında iletişim amaçlarına en uygun taktikleri geliştirebilir	The student can develop the most appropriate tactics for communication purposes in the Advertising campaign.
6	Öğrenci, reklam Kampanyası tasarlayabilir ve projesini yazılı ve sözlü sunabilir.	The student can design an advertising Campaign and present his/her project in writing and orally.

## HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Giriş dersi, reklam kavramı ve reklam kampanyası tanımı				
	Introduction., Advertising concept and advertising campaign definition				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanyası aşamaları, Brief tanımı.				
	Advertising Campaign and Planning Process				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Rakipler ve pazarın analizi, markaların belirlenerek ödev gruplarının oluşturulması				
	Analysis of competitors and market, determination of brands and creation of assignment groups				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	SWOT ve hedef kitle analizi				
	SWOT and target audience analysis				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanya amacının tespiti				
	Determination of advertising campaign goals				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Mesaj stratejisi				
	Message strategy				
7	Mesaj stratejisi				
	Message strategy				
8	Reklam Kampanyasında Yaratıcı Süreç				
	Creative Process in Advertising				
9	Ara sınav				
	Mid term exam				
10	Reklam Kampanyasında Yaratıcı Süreç, Story board hazırlama, reklam kampanyaları örneklerinin incelenmesi				
	Creative Process in Advertising, storyboard preparation, analysis of advertising campaigns				
11	Reklam kampanyalarında kullanılan mecraların seçimi				
	Selection of channels used in advertising campaigns				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Çeşitli Reklam Ortamları için Anlatım Formatları ve Çekim Teknikleri				
	Expression Formats and Shooting Techniques for Various Advertising Media				
13	Öğrenci sunumları				
	Student presentations				
14	Öğrenci sunumları				
	Student presentations				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

  

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

  

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	30.00	30.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	20.00	20.00
Final Sınavı / Final Examination	1	40.00	40.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	20.00	20.00
Proje Tasarımı /Yönetimi / Project Design/Management	1	15.00	15.00
Toplam / Total:	5	125.00	125.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 125.00/25.00 = 5.00 ~ 5.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 125.00 / 25.00 = 5.00 ~ 5.00

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Öğrenci, reklam kampanyasını ve içeriğini tanımlayabilecektir. / The student will able to define the advertising campaign and its contents	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
2.Öğrenci, reklam kampanyasında projeye zemin oluşturacak araştırmayı yapma ve yazma becerisini gösterebilecek. / The student will be able to make the research and write that will form the basis of the project in the advertising campaign.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
3.Öğrenci, bir reklam kampanyası sürecindeki tüm basamakları (durum analizi, hedef kitle belirleme, ürün/hizmet/kurum analizi, rakip ve pazara analizi, yaratıcı strateji ve taktiği oluşturma, medya planı, bütçeleme, ölçme-değerlendirme) planlayabilir / The student can plan all the steps (situation analysis, target audience determination, product/service/institution analysis, competitor and market analysis, creative strategy and tactic creation, media plan, budgeting, measurement-evaluation) in an advertising campaign process.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4.Öğrenci, sektör öncesi deneyim kazandıracak reklam kampanyası yaratım sürecinde aktif bir rol üstlenebilir / The student can take an active role in the advertising campaign creation process that will provide pre-sector experience.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5

5.Öğrenci, reklam kampanyasında iletişim amaçlarına en uygun taktikleri geliştirebilir / The student can develop the most appropriate tactics for communication purposes in the Advertising campaign.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
6.Öğrenci, reklam Kampanyası tasarlayabilir ve projesini yazılı ve sözlü sunabilir. / The student can design an advertising Campaign and present his/her project in writing and orally.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high