



ESOGÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
DERS BİLGİ FORMU

DÖNEM Güz

DERSİN KODU	141317023	DERSİN ADI	Reklam Kampanya Analizi
--------------------	-----------	-------------------	-------------------------

YARIYIL	HAFTALIK DERS SAATI			DERSİN			
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Kredisi	AKTS	Türü	Dili
7	2	0	0	2	2	ZORUNLU () SEÇMELİ (X)	Türkçe
DERSİN KATEGORİSİ							
Temel Eğitim	Sanat		Görsel İletişim		Tasarım		Sosyal Bilim
			1				1
DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ							
YARIYIL İÇİ	Faaliyet Türü		Sayı		%		
	I. Ara Sınav		1		40		
	II. Ara Sınav						
	Kısa Sınav						
	Ödev						
	Proje						
	Rapor						
Diğer (Final Sınavı)							
YARIYIL SONU SINAVI			1		60		
VARSA ÖNERİLEN ÖNKOŞUL(LAR)							
DERSİN KISA İÇERİĞİ			Reklam Nedir? Reklam Kampanyası, Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Pazar Ve Hedef Kitle, Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Yaratıcı Strateji, Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Mesaj Stratejisi, Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Medya Stratejisi, Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Reklam Metni, Reklamın Dili Ve Tonu, Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Reklamda Tasarım Öğeleri, Örnek Kampanyaların Analizi.				
DERSİN AMAÇLARI			Bu derste öğrencilerin, reklam kampanyalarının yaratım sürecini baştan sonra incelemeleri ve böylece etkili reklamın özelliklerini öğrenmeleri ve etkili-etkisiz reklam örneklerini analiz edebilmeleri amaçlanmaktadır.				
DERSİN MESLEK EĞİTİMİNİ SAĞLAMAYA YÖNELİK KATKISI			1. Sorgulayarak ve eleştirel düşünerek analiz yapabilme, bunu tasarımlarına yansıtabilme ve problemlere uygun çözüm önerileri getirebilme becerisi 2. Tasarım oluşturma sürecini, işlem basamaklarını ve üretim tekniklerini kavrama ve uygulama becerisi				
DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI			1. Reklamda yaratıcı stratejileri, mesaj özelliklerini, reklam metnini, reklam tonunu ve dilini analizi edebilir. 2. Reklam kampanyalarını analiz ederek başarı ve başarısızlık kriterlerini açıklayabilir.				
TEMEL DERS KİTABI			Küçükdoğan, Rengin (2011). Reklam Nasıl Çözülür?. İstanbul: Beta Yayınları. Elden, Müge(2009). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları.				
YARDIMCI KAYNAKLAR			Kazananlar : IV. Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması Antolojisi. İstanbul: Reklamcılık Vakfı Yayınları, 2016 ve öncesi.				

	Jones, John Philip (2006). Reklamcılık. Mediacat Yayınları.
DERSTE GEREKLİ ARAÇ VE GEREÇLER	Yok

DERSİN HAFTALIK PLANI

HAFTA	İŞLENEN KONULAR
1	Reklam Nedir?
2	Reklam Kampanyası
3	Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: İletişim Sorunu ve Amaç
4	Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Pazar Ve Hedef Kitle
5	Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Yaratıcı Strateji
6	Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Mesaj Stratejisi
7	Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Medya Stratejisi
8	Ara Sınav
9	Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Reklamın Dili Ve Tonu
10	Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Reklam Metni
11	Reklam Kampanyası Analiz Unsurları: Reklamda Tasarım Öğeleri
12	Örnek Kampanyaların Analizi
13	Örnek Kampanyaların Analizi
14	Örnek Kampanyaların Analizi
15	Örnek Kampanyaların Analizi
16	FİNAL HAFTASI
17	FİNAL HAFTASI

NO	PROGRAM ÇIKTISI	Katkı Düzeyi		
		3	2	1
1	Görsel iletişim tasarımının temel kavramlarını ve ilkelerini kavrama, bunların diğer disiplinlerle ilişkisini kurabilme yeteneği	x		
2	Tasarım kültürünü ve etiğini, tasarımcıların hak ve sorumluluklarını kavrama yeteneği			x
3	Tasarımın görsel dilini ve estetik duyarlılığı kavrama, bunları tasarımlara yansıtma becerisi		x	
4	Eleştirel düşünerek analiz yapabilme, bunu tasarımlarına yansıtabilme ve problemlere uygun çözüm önerileri getirebilme becerisi		x	
5	Tasarım tekniğini ve teknolojisini tanıma, uygulama alan ve yöntemlerini kavrama becerisi			x
6	Tasarım sürecini, üretim tekniklerini kavrama ve uygulama becerisi		x	
7	Tasarım bilgilerini çağın gereksinimleri ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda güncelleyebilme becerisi			x
8	Yerel ve evrensel değerleri kavrama; yerelden evrensele tasarım anlayışını geliştirme becerisi			x
9	Doğanın ve çevrenin korunmasında sürdürülebilir tasarımın önemini kavrama becerisi			x
10	Toplumun güncel sorunlarına dair duyarlılık kazanma ve bu sorunlara çözüm önerileri geliştirebilme becerisi			x

1: Hiç katkısı yok. 2: Kısmen katkısı var. 3: Tam katkısı var.

Dersin Öğretim Üyesi: Öğr. Gör. Ayşe SARITAŞ

İmza:

Tarih: