|  |  |
| --- | --- |
| **Dönem** | 1 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Kodu** |  | **Dersin Adı** | Reklam Araştırmaları |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Yarıyıl** | **Haftalık Ders Saati** | | | | | | **Dersin** | | | | | |
| **Teorik** | | **Uygulama** | **Laboratuar** | | | **Kredisi** | **AKTS** | | | **Türü** | **Dili** |
| 1 | 3 | | 0 |  | | | 3 | 7,5 | | | Zorunlu ( ) Seçmeli (x ) | Türkçe |
| **Dersin Kategorisi** | | | | | | | | | | | | |
| **Temel Eğitim** | | **Sanat** | | | **Tasarım** | | | | | **Görsel İletişim** | | **Sosyal Bilim** |
|  | | 5 | | | 2,5 | | | | | 3 | | 2 |
| **Değerlendirme Ölçütleri** | | | | | | | | | | | | |
| **Yarıyıl içi** | | | | | | **Faaliyet türü** | | | **Sayı** | | | **%** |
| I. Ara Sınav | | |  | | |  |
| II. Ara Sınav | | |  | | |  |
| Kısa Sınav | | |  | | |  |
| Ödev | | | 1 | | | 40 |
| Proje | | |  | | |  |
| Rapor | | |  | | |  |
| Diğer (………) | | |  | | |  |
| **Yarıyıl sonu sınavı** | | | | | | Ödev | | | 1 | | | 60 |
| **Varsa önerilen önkoşullar** | | | | | |  | | | | | | |
| **Dersin kısa içeriği** | | | | | | Reklam, Reklamın diğer disiplinlerle ilişkisi, reklamın etkileri, reklamcılıkta araştırma, metaverse ve reklam, yapay zeka ve reklam, sosyal medya reklamcılığı, reklam ve içerik üretimi, reklam ve algoritmalar. | | | | | | |
| **Dersin amaçları** | | | | | | Bu ders görsel iletişim tasarımı çalışma alanlarından olan reklam ve reklamcılık hakkında daha ayrıntılı bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca reklamın disiplinlerarası bir alan olarak diğer alanlarla ilişkisi, reklamın etkileri, metaverse ve reklam, yapay zeka ve reklam, sosyal medya reklamcılığı, reklam ve içerik üretimi, reklam ve algoritmalar, içerik üretimi konusunda ayrıntılı okumalar ve araştırma yapmayı amaçlar. | | | | | | |
| **Dersin meslek eğitimini sağlamaya yönelik katkısı** | | | | | | Görsel iletişim tasarımı mezunları çoğunlukla, markalarla veya markalarla çalışan reklam ajansları, marka danışmanlık şirketlerinde çalışmaktadır. Bu nedenle öğrencinin iş hayatında reklam ve reklamcılığa dair edindiği bu teorik bakış açısıyla yaratıcı, fark yaratan ve etkili işler sunmasına olanak tanır. | | | | | | |
| **Dersin öğrenim çıktıları** | | | | | | Reklamcılık ve diğer bilim dalları arasındaki ilişkiyi açıklar.  Reklamcılıkta araştırmanın önemini kavrar.  Reklamın etkilerini tartışır.  Farklı mecralarda reklamcılığın yapısındaki değişimleri anlar. | | | | | | |
| **Temel ders kitabı** | | | | | | Jones, J. P. (2004). Reklam Nasıl İşe Yarar?. İstanbul: Reklamcılık Vakfı Yayınları. Advance in Advertising Research (İlgili makaleler) | | | | | | |
| **Yardımcı kaynaklar** | | | | | | Journal of Advertising (İlgili makaleler) | | | | | | |
| **Derste gerekli araç ve gereçler** | | | | | | Bilgisayar | | | | | | |

*SBE-OU-01*

|  |  |
| --- | --- |
| **Dersin Haftalık Planı** | |
| **Hafta** | **Konular** |
| 1 | Reklam Araştırmaları |
| 2 | Reklamın Etkileri |
| 3 | Reklamın Etkileri, |
| 4 | Tüketici Araştırmaları |
| 5 | Dijital Medya Reklam Biçimleri |
| 6 | Sosyal Medya Ve Reklam |
| 7 | Metaverse Ve Reklam |
| 8 | Arasınav |
| 9 | Yapay Zeka Ve Reklam |
| 10 | Dijital Oyunlar Ve Reklam |
| 11 | Reklam Ve İçerik Üretimi |
| 12 | Reklam Ve Kullanıcı Türevli İçerik |
| 13 | Veri Toplama Ve Analiz Yöntemleri |
| 14 | Veri Toplama Ve Analiz Yöntemleri |
| 15,16 | Final Haftası |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Program Çıktısı** | **3** | **2** | **1** |
| 1 | İleri düzey tasarım düşünme ve yaratıcı problem çözme becerisi | **x** |  | **x** |
| 2 | Görsel iletişim tasarımının teorik temellerini derinlemesine anlayarak, çeşitli tasarım disiplinlerine yönelik bilgi sahibi olma |  | **x** |  |
| 3 | İleri düzey yazılım ve dijital araçları etkili bir şekilde kullanma becerisi kazanarak, profesyonel projelerde yer alabilme. |  |  | **x** |
| 4 | Tasarım projelerini eleştirel bir perspektiften değerlendirme ve profesyonel geri bildirim verme becerisi. |  |  | **x** |
| 5 | Araştırma ve uygulama yöntemlerini kullanarak, bağımsız bir tasarım projesi geliştirme becerisi. |  | **x** |  |
| 6 | Estetik ve işlevselliği harmanlayarak, kullanıcı odaklı tasarımlar oluşturma becerisi. |  |  | **x** |
| 7 | Disiplinlerarası bir yaklaşımla farklı alanlardan gelen bilgileri tasarımlarına entegre edebilme becerisi. | **x** |  |  |
| 8 | Tasarım süreçlerini stratejik bir biçimde yöneterek, proje hedeflerine ulaşma becerisi. |  |  | **x** |
| 9 | Etik ve sosyal sorumluluk bilinciyle, tasarımlarında sürdürülebilirlik ve erişilebilirlik ilkelerini gözetebilme becerisi. | **x** |  |  |
| 10 | Küresel ve yerel kültürel bağlamlarda tasarım yapma yeteneği kazanarak, farklı hedef kitlelere yönelik çözümler üretebilme becerisi. | **x** |  |  |
| **1**:Hiç katkısı yok. **2**:Kısmen katkısı var. **3**:Tam katkısı var. | | | | |

*Aşağıdaki program çıktısı bölüm/programın yeterliliklerine göre belirlenmiş program kazanımlarıdır. Ulusal ve alan yeterliliklerine göre bu kazanımlar belirlenim çıktı ifadeleri hazırlanacaktır. Program çıktısı sayısı olarak daha az veya fazla ifade yer alabilir.*

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe SARITAŞ

Ders Öğretim Üyesi

30/09/2024 *SBE-OU-01*