

Tasarım Bölümü / Tasarım Bölümü / GRAFİK TASARIMI						
Ders Kodu	Ders Adı	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi	AKTS
GRF101	REKLAM ANALİZİ	2,00	0,00	0,00	2,00	4,00
Ders Detayı						
Dersin Dili	: Türkçe					
Dersin Seviyesi	: Önlisans					
Dersin Tipi	: Zorunlu					
Ön Koşullar	: Yok					
Dersin Amacı	: Reklam, reklamcılığın tanıtımı, türleri, amaçları, grafik sanatlarla ilişkileri, reklamlar, reklam ortamları ve analiz etme yöntemlerini kavratmaktır.					
Dersin İçeriği	: Tanım olarak reklam, Türkiye'de ve dünyada reklamın tarihi, reklamın amaçları, reklamcılığın diğer bilim dallarıyla ilişkisi, reklamın ekonomik ve toplumsal etkileri, reklamın fonksiyonları, reklamın sınıflandırılması (türleri), reklamın yararları, reklam süreci, reklam ortamları, reklam ortamı seçimi, reklam ortamı türleri ve özellikleri, reklam kampanyası kavramı, reklam kampanyası oluşum süreci, reklam kampanyası oluşum sürecinde araştırma ve durum analizi, kampanya amaçlarının saptanması, kampanya stratejisinin saptanması, kampanya bütçesinin belirlenmesi, reklam bütçesi belirleme yöntemleri, reklam kampanyasındaki yaratıcı çalışmalar ve öğeleri (mesaj, başlık, slogan, metin), reklam kampanyasının uygulanması ve değerlendirilmesi, reklam ve yaratıcılık, reklam kampanyalarında kullanılan temel yaratıcı stratejiler, basılı reklam araçlarında prodüksiyon çalışmaları, basılı reklam ortamları için reklam metni hazırlamak, yayın yapan reklam araçlarında prodüksiyon çalışmaları, yayın yapan reklam araçları için reklam metni yazmak, reklam etkinliğinin ölçülmesi, reklam öncesi etkinlik ölçümleme yöntemleri, reklam sonrası etkinlik ölçümleme yöntemleri, reklamla ilgili kurum ve kuruluşlar (reklam veren, reklam ajansları, medya reklam bölümleri, reklam kurulu), uluslararası reklam uygulama esasları.					
Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar	: Bilgisayar ve donanımları,kitap ve diğer kaynaklar, projeksiyon, konuyla ilgili tasarım programı. Wells, W., Burnett, J., & Moriarty, S. (2011). Advertising: Principles and Practice. Leiss, W., Kline, S., Jhally, S. (2018). Social Communication in Advertising. Becer, E. (2019). Reklam Tasarımı ve Uygulamaları. -https://www.youtube.com/watch?v=PwXFmqQCK60 -https://www.youtube.com/watch?v=fiEYWwwKI4 -https://pt.scribd.com/document/162655776/Judith-Williamson-Decoding-Advertisements-TEACHING-MEDIA -https://williamwolff.org/wp-content/uploads/2014/08/Barthes-Rhetoric-of-the-image-ex.pdf -https://www.academia.edu/31884228/Discourse_of_advertising_by_guy_cook -https://www.researchgate.net/publication/225084026_Marketing_Management -https://www.researchgate.net/publication/46966230_Advertising_and_Promotion_An_Integrated_Marketing_Communication_Perspective -https://spstudentenhancement.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/03/stuart-hall-1980.pdf -https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-349-16079-2 -https://www.jstor.org/stable/1251597 -https://www.academia.edu/1340095/Global_marketing_and_advertising_Understanding_cultural_paradoxes -https://www.tandfonline.com/journals/ujoa20					
Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri	: Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi					
Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar	: Ürün, hedef kitle ilişkisi, günümüz teknolojilerinin sağladığı olanaklar ve tasarım ilişkileri becerilerini geliştirmeliler.					
Dersi Veren Öğretim Elemanları	: Öğr. Gör. Gülşah Bilgin					
Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları	: Öğretim elemanı yardımcısı bulunmuyor.					
Dersin Verilişi	: Bilgisayar laboratuvarında yüzyüze uygulama.					
En Son Güncelleme Tarihi	: 3.09.2025 18:35:32					
Dosya İndirilme Tarihi	: 8.09.2025					

Ders Öğrenme Çıktıları	
Bu dersi tamamladığında öğrenci :	
1	Tanım olarak reklamı, Türkiye’de ve dünyada reklamın tarihini, reklamın amaçlarını, reklamcılığın diğer bilim dallarıyla ilişkisini, reklamın ekonomik ve toplumsal etkilerini açıklayabilir.
2	Reklamın fonksiyonlarını, reklamın sınıflandırılmasını (türleri), reklamın yararlarını, reklam sürecini kavrayabilir.
3	Reklam ortamlarını, reklam ortamı seçimini, reklam ortamı türlerini ve özelliklerini kavrayabilir.

Ön Koşullar						
Ders Kodu	Ders Adı	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi	AKTS

Haftalık Konular ve Hazırlıklar						
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
1.Hafta	*Tanım olarak reklam, Türkiye’de ve dünyada reklamın tarihi, reklamın amaçları, reklamcılığın diğer bilim dallarıyla ilişkisi, reklamın ekonomik ve toplumsal etkileri		*Güncel bir reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://www.youtube.com/watch?v=PwXFmqQCK60	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
2.Hafta	*Reklamın fonksiyonları, reklamın sınıflandırılması (türleri), reklamın yararları, reklam süreci. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://www.youtube.com/watch?v=fiEYWwwKI4	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3

	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
3.Hafta	*Reklam ortamları, reklam ortamı seçimi, reklam ortamı türleri ve özellikleri. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://pt.scribd.com/document/162655776/Judith-Williamson-Decoding-Advertisements-TEACHING-MEDIA	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç. 1 Ö.Ç. 2 Ö.Ç. 3
4.Hafta	*Reklam kampanyası kavramı, reklam kampanyası oluşum süreci. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://williamwolff.org/wp-content/uploads/2014/08/Barthes-Rhetoric-of-the-image-ex.pdf	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç. 1 Ö.Ç. 2 Ö.Ç. 3
5.Hafta	*Reklam kampanyası oluşum sürecinde araştırma ve durum analizi, kampanya amaçlarının saptanması. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://www.academia.edu/31884228/Discourse_of_advertising_by_guy_cook	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç. 1 Ö.Ç. 2 Ö.Ç. 3
6.Hafta	*Kampanya stratejisinin saptanması. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://www.researchgate.net/publication/225084026_Marketing_Management	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç. 1 Ö.Ç. 2 Ö.Ç. 3
7.Hafta	*Kampanya bütçesinin belirlenmesi, reklam bütçesi belirleme yöntemleri. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://www.researchgate.net/publication/46966230_Advertising_and_Promotion_An_Integrated_Marketing_Communication_Perspective	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç. 1 Ö.Ç. 2 Ö.Ç. 3
8.Hafta	*Konu Tekrarı ve Ara sınav.		*Güncel bir reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir.	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	
9.Hafta	*Reklam kampanyasındaki yaratıcı çalışmalar ve öğeleri (mesaj, başlık, slogan, metin), reklam kampanyasının uygulanması ve değerlendirilmesi. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://spstudentenhancement.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/03/stuart-hall-1980.pdf	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç. 1 Ö.Ç. 2 Ö.Ç. 3

	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
10.Hafta	*Reklam ve yaratıcılık, reklam kampanyalarında kullanılan temel yaratıcı stratejiler. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-349-16079-2	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
11.Hafta	*Basılı reklam araçlarında prodüksiyon çalışmaları, basılı reklam ortamları için reklam metni hazırlamak. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://www.jstor.org/stable/1251597	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
12.Hafta	*Yayın yapan reklam araçlarında prodüksiyon çalışmaları, yayın yapan reklam araçları için reklam metni yazmak. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://www.academia.edu/1340095/Global_marketing_and_advertising_Understanding_cultural_paradoxes	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
13.Hafta	*Reklam etkinliğinin ölçümlenmesi, reklam öncesi etkinlik ölçümleme yöntemleri, reklam sonrası etkinlik ölçümleme yöntemleri. Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. https://www.tandfonline.com/journals/ujoa20	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
14.Hafta	*Reklamla ilgili kurum ve kuruluşlar (reklam veren, reklam ajansları, medya reklam bölümleri, reklam kurulu). Ödevlerin öğrenciler tarafından uygulanması, görselleştirilmesi/sunum aşamasına getirilmesi ve kritik yapılması.		*Güncel bir reklam reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir. Seçilen reklam kampanyalarının sınıf içi sunumları.	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
15.Hafta	*Genel Değerlendirme.		*Güncel bir reklam reklam kampanyası sınıfta izlenir, ilk gözlem çalışması yapılır. Teorik anlatım, öğrencilere ödev verilışı, araştırma haftası.	*Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında pazarlama stratejisi doğrultusunda nasıl işlendiği, reklam yönetimindeki işleyiş yapısı, reklamın etkileri ve küreselleşmenin reklama etkileri, reklam denetim esasları gibi konuları içermektedir.	*Anlatma Yöntemi, Gösterip ve Yapma Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi, Soru-Cevap, Bireysel Çalışma Yöntemi	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3

Değerlendirme Sistemi %
1 Ara Sınav : 40,000
3 Final : 60,000

AKTS İş Yüğü			
Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Vize	1	2,00	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	4	4,00	16,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	4	4,00	16,00
Ara Sınav Hazırlık	1	1,00	1,00

Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Final Sınavı Hazırlık	1	1,00	1,00
Ödev	5	10,00	50,00
Ev Ödevi	5	5,00	25,00
Proje	3	3,00	9,00
Toplam : 120,00			
Toplam İş Yüğü / 30 (Saat) : 4			
AKTS : 4,00			

Program Öğrenme Çıktısı İlişkisi															
	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14	P.Ç. 15
Ö.Ç. 1	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	0
Ö.Ç. 2	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	0
Ö.Ç. 3	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	0
Ortalama	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	0

Aşırmacığa Dikkat ! : Raporlarınızda/ödevlerinizde/çalışmalarınızda akademik alıntılama kurallarına ve aşırmaacığa (intihal) lütfen dikkat ediniz. Aşırmacılık etik olarak yanlış, akademik olarak suç sayılan bir davranıştır. Sınıf içi kopya çekme ile raporunda/ödevinde/çalışmasında aşırmaacılık yapma arasında herhangi bir fark yoktur. Her ikisi de disiplin cezası gerektirir. Lütfen başkasının fikirlerini, sözlerini, ifadelerini vb. kendinizinmiş gibi sunmayınız. İyi veya kötü, yaptığınız ödev/çalışma size ait olmalıdır. Sizden kusursuz bir çalışma beklenmemektedir. Akademik yazm kuralları konusunda bir sorunuz olursa dersin öğretim elemanı ile görüşebilirsiniz.

Engel Durumu/Uyarlama Talebi : Engel durumuna ilişkin herhangi bir uyarlama talebinde bulunmak isteyen öğrenciler, dersin öğretim elemanı ya da Nevşehir Engelli Öğrenci Birimi ile en kısa sürede iletişime geçmelidir.