|  |  |
| --- | --- |
| Description: logo | **ÇANKAYA ÜNİVERSİTESİ**  **İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi**  **Ders İzlencesi** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bölüm** | Halkla İlişkiler ve Reklamcılık | | | | | | |
| **Dersin Kodu &**  **Dersin Adı** | HİR 403  Mezuniyet Projesi 1 | | | | | | |
| **Haftalık Ders Saati** | 0 | Haftalık Lab./ Uygulama Saati | 6 | Dersin Kredisi | 3 | AKTS Kredisi | 5 |
| **Akademik Yıl** | 2020-2021 | | | | | | |
| **Dönem** | Bahar | | | | | | |
| **Dersin Sorumlusu** | Dr. Öğr. Üyesi Nefise ŞİRZAD | | | | | | |
| **E-mail adresi** | nefise@cankaya.edu.tr | | | | | | |
| **Oda &Telefon** | K-409-  0312 233 1244 | | | | | | |
| **Ders Saati** | Çarşamba – 13:10- 16:20 ,  Cuma – 09:20 – 12:10 | | | | | | |
| **Ofis Saati** | Cuma: 16-17 | | | | | | |
| **Dersin Web Sitesi** | http://hir403.cankaya.edu.tr | | | | | | |

|  |
| --- |
| **Dersin Tanımı** |
| Bu ders kapsamında; öğrencilerin 4 sene boyunca edindikleri pratik ve teorik bilgilerini uygulamaya geçirmeleri için 360 derece kampanya yaptırılmaktadır. Öğrenciler öncelikle sıfırdan bir marka oluşturup, markanın ve ürünleri hakkında derinlemesine araştırma yapmaktadır. Ürün, Pazar, rakip, hedef kitle ve SWOT analizinin ardından, markalarının kurumsal kimlik çalışmalarını gerçekleştirmektedir. Kurumsal kimlik çalışmaları kapsamında tasarladıkları logo, ambalaj, promosyon ürün, katalog, kartvizit ve promosyon ürünler tasarlanmaktadır. Öğrenciler sektörlerine uygun özel bir günü seçip, bugüne uygun 360 derece kampanyası hazırlamaktadır. Kampanya kapsamında görsel, işitsel mecradan bir araç, basılı mecradan bir araç ve açık hava mecrasından bir araç seçerek bu mecralar için tek bir mesaj barındıran reklam içeriği hazırlamaktadır. Aynı zamanda bu konuları dijital ortamdan seçtikleri iki online mecra için de hazırlamaktadır. Öğrenciler bütünleşik reklam mesajı için tüm mecralarda medya planı oluşturmaktadır. Oluşturulan markalar için ders kapsamında gerilla reklam çalışması ve sosyal sorumluluk kampanyası da hazırlanmaktadır. Son derslere doğru sosyal medya mecralarında ürün ve hizmetler ile ilgili paylaşılan içerikler için sosyal medya reklamı yayınlanmaktadır. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ön koşul**  (varsa) | 1.   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  |  |  | | 2.   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  |  |  | | 3.   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  |  |  | | | 4.   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  |  |  | |
|  |  |  | |  |
| Ders sorumlusunun onayı |  | Diğer | | |
| **Eş Koşul**  (varsa) | 1.   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  |  |  | | 2.   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  |  |  | | 3.   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  |  |  | | 4.   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  |  |  | | |
|  |  |  |  | |
| **Dersin Türü** | Bölüm için zorunlu ders Diğer Bölüm(ler) için zorunlu ders  Bölüm için seçmeli ders  Diğer Bölüm(ler) için seçmeli ders | | | | |

|  |
| --- |
| **Dersin Amacı** |
| Öğrencilerin teorik ve pratik derslerden edindikleri bilgiler doğrultusunda başarılı bir reklam kampanyası oluşturmaları bu der kapsamında hedeflenmektedir. Geleneksel ve dijital medya ortamlarında uygulanacak bu proje sayesinde öğrencilerin her iki ortamın dinamiklerini deneyimlemesi ve yaratıcılıklarını konuşturması amaçlanmaktadır. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Haftalık Ders İçeriği** | |
| Hafta | Konu(lar) |
| 1 | Ders işleyiş biçimi ve hazırlanacak olan proje hakkında genel bilgiler |
| 2 | Proje konularının onaylanması ve proje gruplarına karar verilmesi, |
| 3 | Projelerin isimlerinin, sloganlarının onaylanması, Araştırma bölümü hakkında bilgilendirme |
| 4 | Araştırma bölümlerinin onaylanması- Kurumsal kimlik çalışmalarının onaylanması- Sosyal medya hesaplarının açılması |
| 5 | 360 derece kampanyası için özel bir günün belirlenmesi |
| 6 | 360 derce kampanya için mecraların ve her mecradaki araçların belirlenmesi |
| 7 | Vize |
| 8 | Medya Planlama sunumu |
| 9 | Gerilla reklam sunumu |
| 10 | Sosyal sorumluluk sunumu |
| 11 | Sosyal medya reklam yayınlaması |
| 12 | Sosyal medya analizleri |
| 13 | Öğrenci Sunumları |
| 14 | Öğrenci Sunumları |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Notlandırma Usulü** | | | | | | | | |
| Yöntem | Adet | Yüzde (%) | Yöntem | Adet | Yüzde (%) | Yöntem | Adet | Yüzde (%) |
| Ödev |  |  | Vaka Çalışması  (Kur Pratik) |  |  | Derse Devam |  |  |
| Quiz |  |  | Lab. Çalışması |  |  | Saha Çalışması |  |  |
| Vize sınavı | 1 | %10 | Derse katılım |  |  | Proje/Tez | 1 | %80 |
| Dönem Ödevi |  |  | Sözlü Sunum |  |  | Final Sınavı | 1 | %10 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ders Kitabı (Kitapları)** | | | | |
| Yazar (lar) | Kitabın adı | Yayınevi | Yayın Yılı | ISBN |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Yardımcı Kitap (Kitaplar)** | | | | |
| Yazar (lar) | Kitabın adı | Yayınevi | Yayın Yılı | ISBN |
|  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **Öğretim Yöntemleri** |
| Ders anlatımı + Uygulama |

|  |
| --- |
| **Laboratuvar, Stüdyo ve Mahkeme Salonu Kullanımı** |
| Vardır |

|  |
| --- |
| **Bilgisayar Kullanımı** |
| Vardır |

|  |
| --- |
| **Öğrenme Kazanımları** |
| Bu dersi başarı ile tamamlayan öğrenciler:   1. Geleneksel ve dijital ortamda reklam kapmanyası oluşturma ve geliştirmeyi denemiş olur 2. Tüm mecralarda tek bir mesajı bütünleşik biçimde yayınlama yeteneği kazanır. 3. 360 derce kampanya, gerilla reklam ve sosyal sorumluluk uygulamalarını oluşturmak için yaratıcı stratejiler ortaya koyar. 4. Geleneksel ve dijital medyayı tek bir mesaj için nasıl integre bir biçimde kullanması gerektiğini öğrenir. 5. Özel bir gün için bir reklam kampanyası oluşturmayı deneyimlemiş olur. |