

Reklam Kampanyaları HİL320

Ders İzlenesi • 2019-2020 Bahar

Öğrencilerin kuracakları ajanslar aracılığıyla bir iletişim problemini çözmeleri hedeflenmektedir. Dönem başında belirlenecek konkur konusunda, öğrencilerin oluşturacakları çok mecralı iletişim kampanyalarını, dönem sonunda sektör temsilcilerinden oluşan bir jüriye sunmaları beklenmektedir.

DERS İZLENESİ

12 Şubat, Çarşamba	Ders sunuşu
19 Şubat, Çarşamba	Reklam kampanyası, öğeleri, oluşum süreci
26 Şubat, Çarşamba	İçgörü, reklam mesajı, ana kavram (1. uygulama)
4 Mart, Çarşamba	Brief toplantısı + Ajans bildirimleri (2. Uygulama)
11 Mart, Çarşamba	Mecraya göre mesaj oluşturma, kampanya tasarımı (3. Uygulama)
18 Mart, Çarşamba	Bütçe, medya planı, sunum, görüşme ve müzakere (4. Uygulama)
25 Mart, Çarşamba	Görüşmeler (5. uygulama)
1 Nisan, Çarşamba	Görüşmeler (6. uygulama)
8 Nisan, Çarşamba	Arasınav ödevi + Görüşmeler (7. uygulama)
15 Nisan, Çarşamba	Görüşmeler (8. uygulama)
22 Nisan, Çarşamba	Görüşmeler (9. uygulama)
29 Nisan, Çarşamba	Görüşmeler (10. uygulama)
6 Mayıs, Çarşamba	Kampanya sunumları
13 Mayıs, Çarşamba	Genel Değerlendirme
27 Mayıs-14 Haziran	Dönemsonu Sınavları

UYGULAMA ve ÖDEVLER • TESLİM KOŞULLARI

Reklam Kampanyaları öğrencileri yapacakları 10 uygulama ve hazırlayacakları 2 ödevle değerlendirileceklerdir. Uygulamalar 10'ar puan, ödevler ise 50'şer puan değerindedir. Uygulamalar Facebook grubuna yönergede belirtilen tarihlerde saat 10'a kadar yüklenmiş olmalıdır Final sınavı için hazırlanacak kampanya, jüriye sunum biçiminde yapılacaktır. Tüm uygulama ve ödevler grup çalışması biçiminde yapılacaktır. Bu nedenle, en az 3, en çok 5 kişiden oluşacak reklam ajansları kurulacaktır. Ajans bildirimleri (ajansın adı ile çalışanların isim, bölüm, numara ve görev tanımlarını içeren bir bilgi notu) 4 Mart Çarşamba günü saat 23.59'a kadar kadar yapılmalıdır. "Ben çalışıyorum, kimseyi tanımıyorum" vb. ifadeler, ilefte anlamını yitirmesi gereken bahanelerdir.

Uygulama.1: Ajans bildirimi... En az 3 en çok 5 kişiden oluşan ajansınızın ile çalışanların listesini dersin facebook grubuna ekleyeceksiniz (Ajansınızda farklı işleri üstlenebilecek insanlarla yan yana gelmenizi öneririm).

Uygulama.2: Ajansınızın logo çalışmasını dersin facebook grubuna ekleyeceksiniz.

Uygulama.3: Ajansınızın basılı tanıtım malzemelerini (Kartvizit, broşür, katalog vb.) dersin facebook grubuna ekleyeceksiniz.

Uygulama.4: Ajansınızın dijital tanıtım materyalinin (Web sitesi, tanıtım filmi vb.) dersin facebook grubuna ekleyeceksiniz.

Uygulama.5: Ajansınızın hediyelik eşyalarını (Kupa, t-shirt, şapka, not defteri, ajanda, taşınabilir bellek vb) dersin facebook grubuna ekleyeceksiniz.

Arasınav Ödevi:

Reklam ajansı, final kampanyası ile aynı kategoride yer alan bir markanın tüm iletişim çalışmalarını (reklam, halkla ilişkiler, promosyon, kurumsal mecralarda yürütülen çalışmalar) inceleyerek, ulaştıkları bilgi ve malzemeleri ödev biçiminde sınav tarihinde teslim edeceklerdir. Grup üyelerinin tümünün çalışmaya eşit oranda katılmaları beklenmektedir.

6. Uygulama: Final kampanyasına konu olacak marka için yapılan araştırma raporunun teslimi.

7. Uygulama: Final kampanyasına konu olacak marka için stratejik planlama raporunun teslimi.

8. Uygulama: Final kampanyasına konu olacak marka için yaratıcı stratejinin teslimi.

9. Uygulama: Final kampanyasına konu olacak marka için bütçe ve medya planının teslimi.

10. Uygulama: Final kampanyasına konu olacak marka için sunum provası (Sunum provası Reklam Atölyesi'nde yapılacak, gruba final sunumundan sonra eklenecektir).

Final Ödevi: Yazılı brief 4 Mart tarihinde yapılacak brief toplantısında verilecek, aynı zamanda Facebook grubuna eklenecektir. Brief doğrultusunda hazırlanacak iletişim kampanyası 6 Mayıs Çarşamba günü jüriye sunulacaktır.

•••••

Sevgili öğrenciler,

Dersin yürütülmesine ilişkin birkaç uyarı:

- Yukarıda tarif edilen uygulama ve ödevler, bir gecede yapabileceğiniz çalışmalar değil. Hele ki, Google'dan görüntü bulup üzerine konuyla ilgili-ilgisiz bir şeyler yazabileceğiniz işler de değil. Görüşmeler sırasında size "Bu fotoğrafı sen mi çektin? Bu deseni sen mi çizdin?" ve benzeri soruların geleceğini; tüm çalışmaların Facebook grubunda dersi seçen herkes tarafından görüleceğini anımsatmalıyım. Orijinal çizim ve fotoğraflar (yetersiz bile olsa) çok daha değerli benim için...
- Önemli bir başka nokta; yaratıcı fikri sizin bulmuş/oluşturmuş olmanız. Örneğin; "çamaşırlarda yumuşaklık" konusunu çalışıyorsunuz... Google'a "yumuşaklık" yazdınız ve havuza düşen görüntüler arasındaki "bulutlardan oluşan bebek yatağı" görüntüsünü seçtiniz. Bu durum, yaratıcı fikrin size ait olduğunu göstermez. Sizin, bir başkasının fikrini ve emeğini "çaktığınız" anlamına gelir. Yapmanız gereken arama penceresine "bulutlardan oluşan bebek yatağı" sözcüklerini yazmanızdır.
- Tüm uygulama ve ödevleriniz grup çalışması olacak. "Ben çalışıyorum, kimseyi tanımıyorum" ve benzeri gerekçeleri kabul edilemez bulduğumu daha önce yazmıştım. Bu nedenle çalışma alışkanlığınızı ve -çok daha önemlisi- niyetinizi gözden geçirmenizi; dersi seçme kararını buna göre vermenizi öneririm. Grup çalışması konusunda da birkaç önerim var. En iyi arkadaşlarınızla grup oluşturmak yerine, birlikte iyi ve verimli çalışabileceğiniz insanlarla bir araya gelmeniz. Her grupta en az 1 reklam yazarı, en az 1 tasarımcı ve en az 1 müşteri temsilcisinin olması da öneriler arasında...
- Son not işlerin Facebook'a yüklenmesi konusunda... Zamanlamaya son derece önem vermenizi beklemek dışında, işleri sizin için oluşturulmuş gönderinin altına yorum olarak eklemeniz gerekiyor... Facebook hesabı olmayan -ya da varsa bile Facebook hesabına kullanmak istemeyen- öğrenciler, geçici bir hesapla ya da bir başka arkadaşın hesabından yüklemeyi yapabilir...

İyi ve başarılı bir dönem geçirmeniz dileğiyle...

m.Sobacı

•••••

Zorunsuz okuma listesi:

1. Bu Topraklardan Dünya Markası Çıkar mı?..... Güven Borça
2. Reklam: Zekayı Sihre Çevirmek..... John Hegarty
3. İyi Fikir Bulma Tekniği James Webb Young
4. Satan Reklam Yaratmak Luke Sullivan
5. Çevrenizde gördüğünüz tüm reklam ürünleri