



**BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ**  
**BOZÜYÜK MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**PAZARLAMA**  
(2020 - 2021) Ders Bilgi Formu



| Ders Adı        | Kodu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S   |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|------|---------|
| Reklamcılık     | RHİ211                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 3       | 3 + 0    | 5,0  | Seçmeli |
| Birim Bölüm     | Pazarlama - Ön Lisans (Örgün, yüz yüze)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |          |      |         |
| Amaç            | Bu dersin amacı, reklamın tanımı, amaçları, teknikleri ve türleri hakkında bilgiler verilerek, diğer pazarlama faaliyetleri ile ilişkilerini ortaya koyabilmektir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |          |      |         |
| Ders İçeriği    | İletişim modelleri dikkate alınarak, reklam fonksiyonları, reklam ajansları ve yaratıcı reklam stratejilerinin oluşturulması.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |         |          |      |         |
| Ders Kaynakları | Reklamcılık (Ed. Ferruh Uztuğ & N.S. Sever, 2013) AÖF Kitapları. Reklam ve Reklamcılık, M. Elden, 2016, Say Yayınları. Reklamcılık, G. Tayfur & M. K. Yılmaz, 2018, Seçkin. Reklamcılık, D. Tellan, 2009, Ütopya. Satan Reklam Yaratmak, L. Sullivan & S. Bennett, 2014, Mediacat. İhvanın Psikolojisi, R. B. Cialdini, 2016, Mediacat. , KOCABAŞ, Füsün; Reklamcılık, İletişim Yayınları, 2005, TARFUR, Gıyasettin; Reklamcılık, Nobel Yayınları, 2010, ERTİKE, Aybike; Reklam, Detay Yayıncılık, 2010 |         |          |      |         |

| Hafta | Konu                                          |
|-------|-----------------------------------------------|
| 1     | Reklam, Reklamcılık ve Pazarlama              |
| 2     | Reklamın Tarihi                               |
| 3     | Yaratıcılık ve Reklamda Yaratıcı Strateji     |
| 4     | Reklam Türleri ve Medyaları                   |
| 5     | Modeller ve Çekicilik Türleri                 |
| 6     | Reklam Ajansları ve Türkiye'de Reklamcılık    |
| 7     | Ara Sınav                                     |
| 8     | İnternet ve Yeni Reklam Mecraları             |
| 9     | İnternet ve Yeni Reklam Mecraları II          |
| 10    | Reklam Planlaması ve Tasarımı                 |
| 11    | Reklam Planlaması ve Tasarımı II              |
| 12    | Medya Planlama                                |
| 13    | Günümüzde Reklamcılık ve Başarılı Örnekler    |
| 14    | Günümüzde Reklamcılık ve Başarılı Örnekler II |

#### Program Çıktıları

- Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olmalıdır.
- Alanla ilgili edindirdiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilme, analitik ve stratejik düşünerek uygulamaya geçirebilme de katkısı önemlidir.
- Alanla ilgili edindirdiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilmesine katkısı önemlidir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilirler.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
- Öğrenciler girişimcilik ve liderliğe her zaman açıktır.
- Alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilmeli ve kullanabilmelidir.
- Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde (en az alanındaki bilgileri takip edebilecek ve meslektaşları ile iletişim kurabilecek kadar) yabancı dil bilgisine sahiptir.
- Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
- Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.
- Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutarak etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilir.
- Alanla ilgili konularda edindirdiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ve alanla ilgili yenilik ve gelişmeleri takip ederek ömür boyu öğrenmeye açık olur.

#### Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

| Ders Öğrenme Çıktısı                                                | PÇ 1 | PÇ 2 | PÇ 3 | PÇ 4 | PÇ 5 | PÇ 6 | PÇ 7 | PÇ 8 | PÇ 9 | PÇ 10 | PÇ 11 | PÇ 12 | PÇ 13 |
|---------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|
| Reklam, iletişim ve pazarlama arasındaki ilişkiyi değerlendirebilme | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     |
| Reklamcılıkla ilgili temel kavramları tanımlayabilme                | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     |
| Reklamcılık tarihi ve günümüz reklamcılığı arasında bağ kurabilme   | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     |
| Temel düzeyde reklam tasarlama adımlarını bilerek uygulayabilme     | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     |
| Reklam türleri, medyaları ve modelleri hakkında bilgi sahibi olma   | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     |