



| Ders Adı        | Kodu                                                                                                                                                                 | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S   |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|------|---------|
| Reklam ve Etik  | REK236                                                                                                                                                               | 4       | 3 + 0    | 4,0  | Seçmeli |
| Birim Bölüm     | Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze)                                                                                                                                   |         |          |      |         |
| Amaç            | Reklamda etik unsurları inceleme ve çözümleme.                                                                                                                       |         |          |      |         |
| Ders İçeriği    | Reklamcılıkla ilgili temel kavram ve terimlerin açıklanması, reklam kuramları, reklam türleri, reklamcılığın tarihsel gelişimi, etik kavramı, reklamda etik kavramı. |         |          |      |         |
| Ders Kaynakları | İletişim ve Etik Prof. Dr. Metin Işık Eğitim Yayınları, İLETİŞİM VE ETİK, İLETİŞİM ETİĞİ SORUNLAR VE SORUMLULUKLAR (RUHDAN UZUN), GENEL VE TEKNİK İLETİŞİM           |         |          |      |         |

| Hafta | Konu                                                                                                                           |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Reklam kavramının çeşitli tanımları.                                                                                           |
| 2     | Reklam kavramının farklı görüşler doğrultusunda ve değişen toplumsal koşullar, teknolojik olanaklar çerçevesinde ele alınması. |
| 3     | Dünyada ve Türkiye’de reklamcılık kavramının tarihsel süreç içinde irdelenmesi.                                                |
| 4     | Reklamın amaçlarının ve işlevlerinin ele alınması.                                                                             |
| 5     | Pazarlama iletişimi içinde reklamın yerinin irdelenmesi                                                                        |
| 6     | Temel reklamın türlerinin ortaya konulması.                                                                                    |
| 7     | Reklam mecralarının incelenmesi.                                                                                               |
| 8     | Ara sınav                                                                                                                      |
| 9     | Etik kavramı                                                                                                                   |
| 10    | Reklamda etik kavramı                                                                                                          |
| 11    | Uygulama örnekleri üzerinden çeşitli reklam türlerinin irdelenmesi.                                                            |
| 12    | Mesleki etiğin amacı ve temel ilkeleri, iş ve sosyal hayatta etik kurallar                                                     |
| 13    | Etik ve meslek etiği bağı, örnekler                                                                                            |
| 14    | Etik açıdan reklam örneklerinin değerlendirilmesi                                                                              |

#### Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir.
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir.
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır.
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar.
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir.
- Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir.

#### 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 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|
| İletişimde etiğin temel bilgilerini sıralar                                                                   | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     |
| Bireysel etik, görev etiği ve meslek etiği anlayışını uygular                                                 | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     |
| Meslek etiğini tanımlar.Etik karar verme süreçlerinin uygulanmasını öğrenir                                   | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     |
| Reklamda etik unsurları doğru bir şekilde yorumlar.                                                           | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     |
| Çok çeşitli medya ve iletişim ortamlarındaki ahlaka dayalı çatışmaları eleştirel bir şekilde analiz edebilmek | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     |