BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

BOZÜYÜK MESLEK YÜKSEKOKULU

REKLAMCILIK

(2021 - 2022) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Reklam ve Tanıtım Kampanyaları	REK201	3	3 + 1	5,0	Zorunlu

Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze)
Amaç	Derste öğrencilerin reklam kampanyaları ile ilgili olarak işletmeler özelinde çalışmalar yaparak reklam kampanyalarının hazırlanması ve yönetilmesi süreçlerini öğrenmesi amaçlanmaktadır.
Ders İçeriği	Dersin içeriğinde reklam kavramı tarihi olarak gelişimi, kampanya planlama, hazırlama ve yönetme süreçleri, hazırlanan reklam kampanyalarının etkinliğinin ölçülmesi yer almaktadır.
Ders Veren	Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ALKARA
Ders Kaynakları	Pazarlama İletişimi Yönetimi (Yavuz Odabaşı, Mine Oyman), Pazarlama İletişimi (Nihal Paşalı Taşoğlu), Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi (Metehan Tolon, Asude Yasemin Zengin), Pazarlama İletişimi Kavramları (Mehmet Serdar Erciş), Pazarlama İletişimi Araçları (Nilsun Sarıyer)

Hafta	Konu
1	Reklam, İletişim Kavramı ve Öğeleri
2	Reklam kampanyaları
3	Reklam kampanyaları ve tanıtım süreçlerinin yönetilmesi
4	Reklamcılık ve tanıtımda Karma elemanları
5	Reklam kavramı ve tarihi
6	Halkla İlişkiler ve Duyurum
7	Kişisel Satış
8	Ara sınav Satış Tutundurma
9	Pazarlama Karması Unsurları ve Pazarlama İletişimi
10	Diğer Pazarlama İletişim Unsurları
11	Pazarlama İletişimi Etkinliklerinin Planlanması ve Organizasyonu
12	Reklam kampanyası Planlama Süreci
13	Reklam kampanyalarının yönetilmesi süreci
14	Final sınavı ve Reklam kampanyalarının etkinliğinin ölçülmesi

Program Çıktıları	
1	Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır
2	Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir
3	Reklamcılık Alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
4	Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir
5	Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
6	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
7	Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir
8	Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
9	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
10	Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar
11	Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
12	Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir
13	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
Pazarlama iletişimi ile ilgili temel ilke ve uygulamaları tanımlar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama iletişimi özelliklerini açıklar ve pazarlama iletişimi karması elemanlarını sıralar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama iletişimi planlama sürecini ve etkinliklerini uygular	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama iletişimi araçlarını kavrar ve etik yaklaşım sergiler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İletişim sürecini yönetir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-