BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

GÖLPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

REKLAMCILIK

(2022 - 2023) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Yeni Medya ve Reklamcılık	REK204	4	3 + 1	4,0	Zorunlu

Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze)
Amaç	Yeni medya kapsamında var olan ve gelişen kavramları, trendleri, tüketici davranışlarını ve bu teknolojilerin reklamcılıkla ilişkisini ve reklamcılığa etkisini tartışmak amaçlanmaktadır.
Ders İçeriği	Bu derste yeni medya ortamlarına ve dijital medya ve teknolojilerinin temel kavramlarına dair konular işlenecektir. Ayrıca, Türkiye´de ve dünyada internet ve telefon kullanım trendleri, yeni medyanın habercilik ve toplumsal dönüşüm üzerindeki etkileri ve yeni medya etiği tartışılacaktır.
Ders Veren	Öğr. Gör. Ebru YILMAZ
Ders Kaynakları	Castells, Manuel, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005. Yeni Medya Kuramları , Der Yayınları Ed. Prof. Dr. Filiz Aydoğan Yeni Medya - Yeni Pratikler , Yeni Olanaklar, Emel Baştürk Akça, Umuttepe

Hafta	Konu
1	Derse Giriş
2	Geleneksel Medya
3	Internet in tarihçesi
4	Web 1.0 süreci ve web 2.0 süreci
5	Yeni Medya
6	Türkiye´de Dijital Medya ve Haberleşme
7	Küreselleşme
8	Sosyal medya
9	Sosyal medya araçları
10	Yeni Kimlikler
11	Paylaşım Kültürü
12	İnternet reklam ortamları
13	Siber eylemlilik ve Siber terör
14	Genel Tekrar

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	5	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	3	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme	Gösterim	1	14
Ara Sınav 1		1	1
Final		1	1
	Ders İş Yükü:	128	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	5,02	

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
Reklamcılık uzmanlık alanının gerektirdiği kuramları sıralar.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Reklamcılık uzmanı olarak etik değerleri gözönünde bulundurarak topluma karşı sorumluluk bilinciyle hareket eder.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Reklamcılık uzmanı olarak etkili iletişimin unsurlarını sıralar.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Reklamcılık Kampanyaları düzenler.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Medya ile ilişkileri düzenler ve medya planlaması yapar.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/313776