BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

GÖLPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

REKLAMCILIK

(2022 - 2023) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
İtibar Yönetimi	REK231	3	2 + 1	4,0	Seçmeli

Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze)
Amaç	İtibar yönetimi alanında teorik bilgileri kazanmak ve itibar yönetiminin kurumlar açısından önemini kavramaktır.
Ders İçeriği	İtibar kavramı, kişisel itibar bağlamı, kurumsal itibar, kurumsal itibarla ilişkili teoriler, kurumsal itibarla ilgili vakalar
Ders Kaynakları	İlgili alandaki yayımlanmış tez, makale ve bildiriler, Şakar, A. N. (2011). Kurumsal İtibar ve Paradigmalar, Beta Basım Yayım.

Hafta	Konu
1	İtibar kavramı nedir?
2	Kişisel İtibar kavramı nedir?
3	Kişisel itibar bağlamı
4	Kurumsal itibarın öncülleri ve sonuçları
5	Birey olarak yönetici itibarı
6	İtibarın teorik altyapısı
7	İtibarın teorik altyapısı (devam)
8	Kurumsal İtibar nedir?
9	Kurumsal itibar ve ilişkili teoriler
10	Kurumsal itibar ve güvenilirlik arası ilişki
11	Kurumsal itibar ölçümleri
12	Kurumsal itibarın öncülleri ve sonuçları
13	Kurumsal itibar ve başarı
14	Kurumsal İtibar ile ilgili vakalar ve konular

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
İtibar hakkında teorik altyapıya hakim olur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Etkin bir itibar yönetimini kavrar ve programlar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Çağdaş konuların bilincinde olur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Temel yönetim bilgisini kullanır ve sürece dahil eder	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Etkin iletişim kurabilme becerine sahip olur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-