



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME
(2024 - 2025) Ders Bilgi Formu



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Reklamcılık	İSL474	8	3 + 0	5,0	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - Lisans (Yüz yüze eğitim)				
Amaç	Bu dersin amacı öğrencilerin reklam iletişimini öğrenmesidir. Reklamcılık ile ilgili reklamveren, hedef kitle, reklam kampanyaları, strateji, metin yazarlığı gibi temel konularla ilgili genel bilgilerin, reklam modellerinin ve reklam mecralarının öğretilmesi amaçlanır.				
Ders İçeriği	Reklam iletişimi hakkında genel bilgilere sahip olarak, reklamveren, hedef kitle, reklam kampanyaları, strateji, metin yazarlığı gibi temel konularda etkinlik.				
Ders Kaynakları	Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık				

Hafta	Konu
1	Tanışma
2	Reklam nedir, ne değildir
3	Reklamcılığın gelişimi
4	Reklam mecraları
5	Reklam ajansları
6	Araştırma, strateji, planlama
7	Ara Sınav
8	Medya planlama
9	Değerlendirme
10	Reklam nasıl çalışır
11	Reklam üretim süreci
12	Reklam üretim süreci
13	Reklamda etik
14	Genel değerlendirme

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayı
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim, eleştirel düşünme, soru geliştirme, yönetsel beceriler, takım çalışması	Grup Çalışması	13	3
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	5	2
Önceden planlanmış özel beceriler	Problem Çözme	1	1
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	3	13
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	13
Ara Sınav 1		1	1
Final		1	1
Ders İş Yüğü:		130	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		5,10	

Program Çıktıları	
1	Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
2	Alan ile ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.
3	Alan ile ilgili konularda bireysel ve ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
4	Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır..
5	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir.
6	Alanındaki gelişmeleri takip edebilecek düzeyde Türkçe ve bir yabancı dil bilgisine sahip olur ve yazılı-sözlü iletişim kurma yetkinliği kazanır.
7	Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirir ve sorunları kavrar.
8	Farklı disiplinlerden edinilen bilgileri analitik ve eleştirel bir şekilde değerlendirerek, işletme uygulamalarına katkı sağlayacak yenilikçi çözümler üretir.
9	Ulusal ve uluslararası bir işletme kurabilme, yönetme ve sürekliliğini sağlayabilme becerisi kazanır.
10	Nitel ve nicel verilerden faydalanarak ekonomik ve sosyal konularda istatistiksel çözümlerle daha etkin kararlar alır.
11	Küresel olarak değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirleyerek, güncel talepleri karşılayabilecek ürün ve hizmetler üretir ve sunar.
12	Finansal tabloları ve verileri anlayarak işletmenin mali durumunu değerlendirir, finansal kararlar alır.
13	İşletmelerin hukuki süreçleri, sürdürülebilirlik ve etik konusundaki sorumlulukları hakkında bilgi sahibi olur ve bu konular bağlamında kararlar alır.

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 iletişimi sürecini ve bileşenlerini kavrar	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	2	5	4
Reklamcılık kavramını ve pazarlamadaki yerini bilir	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	2	5	4
Reklam yaratımı süreci hakkında teorik donanım kazanır	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	2	5	5
Ortalama Değer	5	4,33	4,67	5	4,33	4,67	4,67	4,33	5	4,67	2	5	4,33

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/315209>