



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
İletişim Tarihi	REK233	3	3 + 0	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Ders öğretim elemanı tarafından işlenir ve tartışma uygulamalarına dayalı olarak öğrencilerin katılım sağlanır. Dersin amacına ulaşabilmesi için öğrencilerin derse devam etmesi gerekmektedir.)				
Amaç	Bu dersin amacı, sözlü ve yazılı kültür, kitle iletişim araçları, geleneksel ve yeni medya gibi kavramları, bunlarla ilişkili olay ve olguları toplumsal ve tarihsel bağlamları etrafında değerlendirmektir.				
Ders İçeriği	Sözlü kültür/yazılı kültür ayrımı, kağıt, kitap, matbaa, ilk haberleşme sistemleri. Endüstri Devrimi ve ileti, Telgraftan günümüze telekomünikasyonun gelişimi (Görsel telgraf, elektrikli telgraf, telefon, vd.), internet ve sosyal medya konularını içermektedir.				
Ders Kaynakları	Topuz, Hıfzı. Türk Basın Tarihi, Remzi, İstanbul (2003) Orhan, Koloğlu. (2006) Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi. Pozitif Yay. İst Ahmet Emin Yalman, Modern Türkiye'nin Gelişim Sürecinde Basın (1831-1913) Childe, Gordon. Tarihte neler oldu?, çev. A. Şenel ve M. Tunçay, İstanbul: Alan 1993.				

Hafta	Konu
1	İletişim kavramının irdelenmesi ve tartışılması
2	İletişim tarihine giriş

Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmeye 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	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13
Halkla ilişkiler ve Reklamcılık uzmanlık alanının gerektirdiği kuramları sıralar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Halkla ilişkiler ve Reklamcılık uzmanı olarak etkili iletişimin unsurlarını sıralar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Yazılı ve görsel iletişimi ve araçlarını etkin olarak kullanarak ikna edici mesajlar oluşturur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Halkla ilişkiler ve Reklamcılık uzmanı olarak etkili iletişimin unsurlarını sıralar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Halkla ilişkiler ve Reklamcılık Kampanyaları düzenler.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-