



| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|-----------------|--|---------|----------|------|---------|
| Reklam ve Etik | REK236 | 4 | 3 + 0 | 4,0 | Seçmeli |
| Birim Bölüm | Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze) | | | | |
| Amaç | Reklamda etik unsurları inceleme ve çözümlenme. | | | | |
| Ders İçeriği | Reklamcılıkla ilgili temel kavram ve terimlerin açıklanması, reklam kuramları, reklam türleri, reklamcılığın tarihsel gelişimi, etik kavramı, reklamda etik kavramı. | | | | |
| Ders Kaynakları | İletişim ve Etik Prof. Dr. Metin Işık Eğitim Yayınları, İLETİŞİM VE ETİK, İLETİŞİM ETİĞİ SORUNLAR VE SORUMLULUKLAR (RUHDAN UZUN), GENEL VE TEKNİK İLETİŞİM | | | | |

| Hafta | Konu |
|-------|--|
| 1 | Reklam kavramının çeşitli tanımları. |
| 2 | Reklam kavramının farklı görüşler doğrultusunda ve değişen toplumsal koşullar, teknolojik olanaklar çerçevesinde ele alınması. |
| 3 | Dünyada ve Türkiye'de reklamcılık kavramının tarihsel süreç içinde irdelenmesi. |
| 4 | Reklamın amaçlarının ve işlevlerinin ele alınması. |
| 5 | Pazarlama iletişimi içinde reklamın yerinin irdelenmesi |
| 6 | Temel reklamın türlerinin ortaya konulması. |
| 7 | Reklam mecralarının incelenmesi. |
| 8 | Ara sınav |
| 9 | Etik kavramı |
| 10 | Reklamda etik kavramı |
| 11 | Uygulama örnekleri üzerinden çeşitli reklam türlerinin irdelenmesi. |
| 12 | Mesleki etiğin amacı ve temel ilkeleri, iş ve sosyal hayatta etik kurallar |
| 13 | Etik ve meslek etiği bağı, örnekler |
| 14 | Etik açıdan reklam örneklerinin değerlendirilmesi |

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 | 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 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|
| İletişimde etiğin temel bilgilerini sıralar | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Bireysel etik, görev etiği ve meslek etiği anlayışını uygular | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Meslek etiğini tanımlar.Etik karar verme süreçlerinin uygulanmasını öğrenir | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Reklamda etik unsurları doğru bir şekilde yorumlar. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Çok çeşitli medya ve iletişim ortamlarındaki ahlaka dayalı çatışmaları eleştirel bir şekilde analiz edebilir | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |