



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 düşünme 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 edebilmek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-