BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

GÖLPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

**REKLAMCILIK**

(2023-2024) Ders Bilgi Formu

| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|---|---|---|---|---|---|
| Reklamcılığa Giriş | REK105 | 1 | 4 + 0 | 5,0 | Zorunlu |

| | |
|---|---|
| Birim Bölüm | Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze, sözel) |
| Amaç | Bu dersin temel amacı reklamcılık literatüründe önemli yer tutan ve sektörel karşılığı bulunan reklam ile ilgili temel kavramları anlaşılır kılmaktır. |
| Ders İçeriği | Ders kapsamında pazarlama ve reklam arasındaki ilişki açıklanarak reklam ile ilgili temel kavramlar örnekler eşliğinde açıklanmaktadır. |
| Ders Kaynakları | |

| Hafta | Konu |
|---|---|
| 1 | Reklamcılık ve pazarlama |
| 2 | Reklamcılık ile yakın ilişkili kavramlar |
| 3 | Reklamcılığın tarihi, türleri ve işlevleri |
| 4 | Reklamcılığın tarihi, türleri ve işlevleri II |
| 5 | Reklam modelleri |
| 6 | Reklam sözlüğü; teknik terimlere giriş |
| 7 | Reklamda yaratıcı strateji ve türleri |
| 8 | Reklamda çekicilik ve çekicilik türleri |
| 9 | Reklam stratejileri |
| 10 | Reklam stratejileri II |
| 11 | Başarılı reklam ve yüzyılın reklam kampanyaları |
| 12 | Reklam mecraları ve güncel reklam kampanyaları |
| 13 | Reklam mecraları ve güncel reklam kampanyaları II |
| 14 | Reklamcılıktaki kurumlar ve ajanslar |

| Ders İş Yükü | Çalışma Türü / Öğretim Metotlar | Süresi (Saat) | Sayısı |
|---|---|---|---|
| Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim | Sınıf Dışı Çalışma | 5 | 14 |
| Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme | Tartışmalı Ders | 3 | 14 |
| Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme | Gösterim | 1 | 14 |
| Ara Sınav 1 | | 1 | 1 |
| Final | | 1 | 1 |
| | **Ders İş Yükü:** | 128 | |
| | **AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):** | 5,02 | |

| 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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Reklam türleri, medyaları ve modelleri hakkında bilgi sahibi olma | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Reklamcılık tarihi ve günümüz reklamcılığı arasında bağ kurabilme | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Reklam, iletişim ve pazarlama arasındaki ilişkiyi değerlendirebilme | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Temel düzeyde reklam tasarlama adımlarını bilerek uygulayabilme | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Reklamcılıkla ilgili temel kavramları tanımlayabilme | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/372678