



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
GÖLPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

REKLAMCILIK

(2023-2024) Ders Bilgi Formu



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Reklamcılık	REK104	2	4 + 0	5,0	Zorunlu
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Ders yüz yüze eğitim şeklinde verilmektedir.)				
Amaç	Bu dersin amacı öğrencilere reklamcılığın diğer bilim dalları ve disiplinler ile ilişkisinin yanı sıra, reklamcılıkta kullanılan temel yaklaşımlar hakkında yeterli düzeyde temel bilgileri vererek, öğrencilerin reklamcılık ile ilgili teorik birikimlerini güçlendirmek ve uygulamaları sırasında ise diğer bilim dallarından ve disiplinlerden ve bunun yanı sıra temel yaklaşımlardan ne şekilde yararlanabileceğini göstermektir.				
Ders İçeriği	Reklam ve Toplum. Reklamın diğer alanlarla ilişkisi: Pazarlama ve reklam, ekonomi ve reklam, hukuk ve reklam, psikoloji ve reklam, sosyoloji ve reklam, antropoloji ve reklam, istatistik ve reklam, sanat ve reklam. Reklam işleyiş sürecine ilişkin modeller: Etki hiyerarşisi modelleri, ilginlik temelli modeller, ayırtılabilirlik modeli. Reklam ve tüketici davranışı; demografik faktörler, psikolojik faktörler, sosyo-kültürel faktörler. Reklamın diğer pazarlama iletişimi araçları ile ilişkisi, reklamcılıkla ilgili kuruluşlar, reklam ajansları.				
Ders Kaynakları	Reklam ve Reklamcılık Say Yayınları Mige Elden, Reklamcılık Seçkin Yayıncılık Dr. Gıyasettin Tayfur, Doç. Dr. Mustafa Kemal Yılmaz				

Hafta	Konu
1	Reklam Hakkında Genel Bilgi
2	Reklam Terminolojisi
3	Reklamın İlişkili Olduğu Bilim Dalları
4	Reklam Ve Pazarlama İlişkisi
5	Reklam Ve Ekonomi İlişkisi
6	Reklam Ve Psikoloji İlişkisi
7	Reklam Ve Sanat İlişkisi
8	Reklam ve Hukuk İlişkisi
9	Reklamda Kullanılan Temel Yaklaşımlar Ve Modeller
10	Reklam Ve Tüketici Davranışı İlişkisi
11	Reklamın Diğer Pazarlama İletişimi Dallarını İle İlişkisi
12	Reklamcılık İle İlgili Kuruluşlar
13	Reklam Ajansları
14	Reklam Kampanyası

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	3	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme	Gösterim	1	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	5	14
Ara Sınav 1		1	1
Final		1	1
	Ders İş Yüğü:	128	
	AKTS (Ders İş Yüğü / 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 çözmeye 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 yapabilmeye, 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
Bu dersin sonunda öğrenci reklamcılık ile ilgili temel yaklaşımları ayırt edebilecektir.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Bu dersin sonunda öğrenci farklı reklam ortamları için prodüksiyon çalışmaları gerçekleştirebilecektir.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Bu dersin sonunda öğrenci reklam etkinliğini ölçme işlemini gerçekleştirebilecektir.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Bu dersin sonunda öğrenci reklam kampanyası sürecini geliştirebilecektir.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Bu dersin sonunda öğrenci reklamcılık ile ilgili temel kavramları tanımlayabilecektir.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/372685>