BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

GÖLPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

REKLAMCILIK

(2024 - 2025) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Kurumsal Reklamcılık	REK238	4	3 + 0	4,0	Seçmeli

Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz Yüze Anlatım, Tartışma, Takım-Grup Çalışması, Beyin Fırtınası, Örnek Olay Yöntemi, Ödev, Soru-Cevap)
Amaç	Kurumsal reklamcılık, tüketicilerin algılamalarını etkilemede ve kuruma karşı olumlu bir imaj geliştirilmesine önemli katkılar sunmaktadır. Dersin amacı, kurumsal reklamcılık uygulamalarının başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesinin, kuruluşun ürün ve hizmetlerine olan talebi artırıcı etkisinin olduğunun anlaşılmasını sağlamaktır.
Ders İçeriği	Kurumsal Reklamcılık ve Kurumsal Reklamcılığın Gelişimi, Kurumsal Reklamcılığın Amaçları, Kurumsal Reklamın Hedef Kitlesi ve Kurumsal Reklam Harcamaları, Kurumsal Reklam Mecraları, Kurumsal Reklamın İletişim Araçlarında Kullanımı, Kurumsal Reklam Çeşitleri, Kurumsal Reklamın Fonksiyonları, Kurumsal Reklam Kampanyalarında Dikkat Edilecek Hususlar, Kurumsal Reklam Kullanımın Yaygınlığı, Kurumsal Reklam Kampanyaları ve Uygulamalarında Ortaya Çıkan Yenilikler, Kurumsal Reklam Etkinliğini Ölçme, Kurumsal Reklamda Aşılama Teorisi ve Sistem Yaklaşımı, Kurumsal Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Modelleri, Türkiye'de Kurumsal Reklam Uygulamaları
Ders Kaynakları	Kurumsal Reklamcılık (Nilüfer Canöz), Reklam ve Reklamcılık (Müge Elden), Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar (Füsun Topsümer, Müge Elden), Reklamcılık Kavram, Araçlar, Yönetim (Gıyasettin Tayfur, M. Kemal Yılmaz), Dijital Reklamcılık (Derya Öcal, Hıdır Polat)

Hafta	Konu
1	Kurumsal Reklamcılık ve Kurumsal Reklamcılığın Gelişimi
2	Kurumsal Reklamcılığın Amaçları
3	Kurumsal Reklamın Hedef Kitlesi ve Kurumsal Reklam Harcamaları
4	Kurumsal Reklam Mecraları
5	Kurumsal Reklamın İletişim Araçlarında Kullanımı
6	Kurumsal Reklam Çeşitleri
7	Kurumsal Reklamın Fonksiyonları
8	Kurumsal Reklam Kampanyalarında Dikkat Edilecek Hususlar
9	Kurumsal Reklam Kullanımın Yaygınlığı
10	Kurumsal Reklam Kampanyaları ve Uygulamalarında Ortaya Çıkan Yenilikler
11	Kurumsal Reklam Etkinliğini Ölçme
12	Kurumsal Reklamda Aşılama Teorisi ve Sistem Yaklaşımı
13	Kurumsal Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Modelleri
14	Türkiye'de Kurumsal Reklam Uygulamaları

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
Kurumsal reklam kampanyasını oluşturur ve uygular	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kurumsal reklam çeşitlerini sıralar ve açıklar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kurumsal reklam etkinliğini ölçer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kurumsal reklam fonksiyonlarını kavrar ve analiz eder	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kurumsal reklam amaçlarını oluşturur, hedef kitlesini belirler ve harcamaları yönetir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/372801