



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Reklamcılık	RH211	3	3 + 0	5,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Pazarlama - Ön Lisans (Örgün, yüz yüze)				
Amaç	Bu dersin amacı, reklamın tanımı, amaçları, teknikleri ve türleri hakkında bilgiler verilerek, diğer pazarlama faaliyetleri ile ilişkilerini ortaya koyabilmektir.				
Ders İçeriği	İletişim modelleri dikkate alınarak, reklam fonksiyonları, reklam ajansları ve yaratıcı reklam stratejilerinin oluşturulması.				
Ders Kaynakları	Reklamcılık (Ed. Ferruh Uztuğ & N.S. Sever, 2013) AÖF Kitapları. Reklam ve Reklamcılık, M. Elden, 2016, Say Yayınları. Reklamcılık, G. Tayfur & M. K. Yılmaz, 2018, Seçkin. Reklamcılık, D. Tellan, 2009, Ütopya. Satan Reklam Yaratmak, L. Sullivan & S. Bennett, 2014, Mediacat. İkhanın Psikolojisi, R. B. Cialdini, 2016, Mediacat. , KOCABAŞ, Füsün; Reklamcılık, İletişim Yayınları, 2005, ERTİKE, Aybike; Reklam, Detay Yayıncılık, 2010, TARFUR, Gıyasettin; Reklamcılık, Nobel Yayınları, 2010				

Hafta	Konu
1	Reklam, Reklamcılık ve Pazarlama
2	Reklamın Tarihi
3	Yaratıcılık ve Reklamda Yaratıcı Strateji
4	Reklam Türleri ve Medyaları
5	Modeller ve Çekicilik Türleri
6	Reklam Ajansları ve Türkiye'de Reklamcılık
7	Ara Sınav
8	İnternet ve Yeni Reklam Mecraları
9	İnternet ve Yeni Reklam Mecraları II
10	Reklam Planlaması ve Tasarımı
11	Reklam Planlaması ve Tasarımı II
12	Medya Planlama
13	Günümüzde Reklamcılık ve Başarılı Örnekler
14	Günümüzde Reklamcılık ve Başarılı Örnekler II

Program Çıktıları

- Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olmalıdır.
- Alanla ilgili edindiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilme, analitik ve stratejik düşünerek uygulamaya geçirebilme de katkısı önemlidir.
- Alanla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilmesine katkısı önemlidir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilirler.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
- Öğrenciler girişimcilik ve liderliğe her zaman açıktır.
- Alan ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilmeli ve kullanabilmelidir.
- Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde (en az alanındaki bilgileri takip edebilecek ve meslektaşları ile iletişim kurabilecek kadar) yabancı dil bilgisine sahiptir.
- Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
- Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.
- Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutarak etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilir.
- Alanla ilgili konularda edindiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ve alanla ilgili yenilik ve gelişmeleri takip ederek ömür boyu öğrenmeye açık olur.

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