



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 Veren	Doç. Dr. Ali ARICI				
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

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 yapabilmeye, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme 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	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-