



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Reklamcılık	İSL474	8	3 + 0	5,0	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - Lisans (Yüz yüze eğitim)				
Amaç	Bu dersin amacı öğrencilerin reklam iletişimini öğrenmesidir. Reklamcılık ile ilgili reklamveren, hedef kitle, reklam kampanyaları, strateji, metin yazarlığı gibi temel konularla ilgili genel bilgilerin, reklam modellerinin ve reklam mecralarının öğretilmesi amaçlanır.				
Ders İçeriği	Reklam iletişimi hakkında genel bilgilere sahip olarak, reklamveren, hedef kitle, reklam kampanyaları, strateji, metin yazarlığı gibi temel konularda etkinlik.				
Ders Kaynakları	Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık				

Hafta	Konu
1	Tanışma
2	Reklam nedir, ne değildir
3	Reklamcılığın gelişimi
4	Reklam mecraları
5	Reklam ajansları
6	Araştırma, strateji, planlama
7	Ara Sınav
8	Medya planlama
9	Değerlendirme
10	Reklam nasıl çalışır
11	Reklam üretim süreci
12	Reklam üretim süreci
13	Reklamda etik
14	Genel değerlendirme

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	13
Önceden planlanmış özel beceriler	Problem Çözme	1	1
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	3	13
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	5	2
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim, eleştirel düşünme, soru geliştirme, yönetsel beceriler, takım çalışması	Grup Çalışması	13	3
Ara Sınav 1		1	1
Final		1	1
Ders İş Yükü:		260	
AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):		10,20	

Program Çıktıları	
1	Alan ile ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olma.
2	Girişimcilik ve liderliğin önemini bilme.
3	Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olma...
4	Alan ile ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olma.
5	Bireysel bilgi ve becerileri ile analanla ilgili kişi ve kurumlara düşünceleri yazılı ve sözlü olarak aktarabilme, onlara çözüm önerisi sunabilme.
6	Alan ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme.
7	Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme.
8	Alan ile ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutabilme ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilme
9	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verme.
10	İşletmenin iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözeticek şekilde ilişkilerini düzenleyebilme ve yönetebilme.
11	Bir yabancı dili işletmecilik alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilme.
12	Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.

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
Reklam iletişimi sürecini ve bileşenlerini kavrar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reklamcılık kavramını ve pazarlamadaki yerini bilir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reklam yaratımı süreci hakkında teorik donanım kazanır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

