BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

GÖLPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

REKLAMCILIK

(2024 - 2025) Ders Bilgi Formu

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 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

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	5	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	3	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme	Gösterim	1	14
Ara Sınav 1		1	1
Final		1	1
	Ders İş Yükü:	128	
	AKTS (Ders İş Yükü / 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 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
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/413940