



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Reklamcılığa Giriş							
Ders Kodu		HIT109		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	75 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Dersin amacı, reklamcılığı genel hatlarıyla tanıtmak ve öğrencilerin reklamcılık kavramları ve kampanya süreçleri konusunda bilgi sahibi olmasını sağlamaktır.							
Özet İçeriği		Bu dersin içeriğini reklamcılıkla ilgili temel kavramlar, reklamın tarihsel gelişimi, reklam türleri ve ortamları, tüketici davranışı, medya planlama, reklam kampanyası süreci ve reklamda etik konuları oluşturmaktadır.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Problem Çözme							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Dr. Öğr. Üyesi Seçil UTMA						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık, Say Yayınları, İstanbul, 2009
2	Aydemir Okay, Kurumsal Reklamcılık, Derin Yayınları, İstanbul, 2009

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin Genel Tanıtımı Reklam Nedir?
2	Teorik	Reklam Tanımları ve Amaçları Dünyada ve Türkiye'de Reklamın Tarihi
3	Teorik	Reklam, Pazarlama İletişimi ve Marka
4	Teorik	Reklam Türleri
5	Teorik	Reklam Ortamları
6	Teorik	Reklam ve Tüketici Davranışı
7	Teorik	Medya Planlama ve Ölçümleme
8	Ara Sınav (Vize)	Arasınav
9	Teorik	Sosyal Medya ve Reklamcılık
10	Teorik	Reklam ve Toplum İlişkisi
11	Teorik	Reklamda Kampanya Süreci: Araştırma ve Planlama Sektörden Örnekler
12	Teorik	Reklamda Kampanya Süreci: Araştırma ve Planlama Sektörden Örnekler
13	Teorik	Reklamda Kampanya Süreci: Araştırma ve Planlama Sektörden Örnekler
14	Teorik	Reklamcılık ve Etik
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	2	1	42
Ara Sınav	1	14	1	15
Dönem Sonu Sınavı	1	17	1	18
Toplam İş Yüğü (Saat)				75
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				3

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Reklamcılıkla ilgili temel kavramları tanımlayabilir
2	Reklamın tarihsel gelişimini açıklayabilir



3	Reklam türlerini ve ortamlarını açıklayabilir
4	Reklam kampanyası sürecini açıklayabilir
5	Reklam ve toplum arasındaki ilişkiyi tartışabilir

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı)

1	Genel olarak İletişim, özel olarak Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına ilişkin formasyona sahip olup, alanın tarihsel gelişim ve değişim süreçlerini öğrenerek kuramsal ve uygulamalı yetkinlik gösterebilme.
2	İletişimin disiplinler arası zenginliğine dayanarak ilgili alanlara ilişkin genel ve güncel sorunları tespit etmek ve çözüm için yöntem belirleyebilme.
3	Disiplinler arası bilgi birikimini İletişim ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına taşıyabilme ve bu çerçevede sorunları alanda çözümleyebilme.
4	Alanıyla ilgili etik ve hukuk kurallarını bilme, özümseme ve uygulayabilme.
5	Alanda geçerli bir yabancı dili kullanarak alan bilgisini derinleştirme ve gerekli diğer uluslar arası paydaşlarla iletişim kurabilme.
6	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.
7	Bir örgütsel yapı için Halkla İlişkiler, reklâm ve pazarlama programı kampanyaları ve süreçlerine hâkim olabilir ve hazırlayabilirler.
8	Araştırma yöntemlerine hâkim olarak iletişim alanında haber, reklâm, vb. metinleri çözümleyebilirler ve yaratıcı ve eleştirel metinler üretebilirler.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	5	4	5	4	5
PÇ2	3	5	5	5	4
PÇ3	4	3	4	5	5
PÇ4	4	4	5	4	3
PÇ5	5	3	5	5	4
PÇ6	4	5	5	5	3
PÇ7	3	4	5	5	3
PÇ8	5	4	5	5	3

