



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
KUYUCAK MESLEK YÜKSEKOKULU
YÖNETİM VE ORGANİZASYON BÖLÜMÜ
İŞLETME YÖNETİMİ PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Reklamcılık								
Ders Kodu	IYO251			Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	72 (Saat)	Teori	2	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Dersin amacı reklamcılıkla ilgili temel kavram ve terimlerin öğrenciye öğretmektir								
Özet İçeriği	Pazarlama boyutuyla reklamcılık tanıtılacaktır								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir)								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Reklamcılık bilgi ve becerilerini pazarlama alanında uygulayabilme.
2	Reklam mesajını tüketici davranışlarıyla ilişkilendirmek.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Reklamcılık kavramı, tarihçesi ve işlevi
2	Teorik	Reklamın amaçları ve çeşitleri
3	Teorik	Pazarlama iletişimde reklamın yeri
4	Teorik	Reklam Ajansları
5	Teorik	Reklamda araştırma ve stratejik kararlar
6	Teorik	Reklamda yaratıcı çalışmalar
7	Teorik	Reklam yapım teknikleri
8	Teorik	Reklam kampanyaları
9	Ara Sınav (Vize)	Ara sınav
10	Teorik	Medya stratejisi, medya planı ve bütçe
11	Teorik	Reklam etkinliğinin ölçümü
12	Teorik	Reklamda etik
13	Teorik	Reklam kampanya örnekleri
14	Teorik	Reklam kampanya örnekleri
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final 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	1	2	42
Ara Sınav	1	12	1	13
Dönem Sonu Sınavı	1	16	1	17
			Toplam İş Yüğü (Saat)	72
			Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi	3

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Reklamcılığın kavram ve terimlerine dair temel bilgi sahibi olabilecekler
2	Reklam amaçlarını ve çeşitlerini kavrayabilir ve bu bilgileri reklam tekniklerinde kullanabilme
3	Reklam stratejilerini reklam veren ve reklam ajansı kimliğiyle uygulayabilme



4	Reklamcılık bilgi ve becerilerini pazarlama alanında uygulayabilme
5	Reklam mesajını tüketici davranışlarıyla ilişkilendirmek.

Program Çıktıları (İşletme Yönetimi Programı)

1	Makro ve mikro boyutta edinmiş oldukları ekonomi bilgisini mesleki yaşantılarında kullanabileceklerdir
2	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabileceklerdir
3	İşletme finansmanını yönetmek; işletmenin finansal analizini yaparak finansal sorunlarına çözüm önerileri getirebileceklerdir
4	İşletmenin insan kaynaklarını işletme amaçları doğrultusunda verimli biçimde çalışmasını ve gelişmesini sağlayarak yönetme becerisi kazanacaklardır
5	Üretim ve pazarlamanın temel işlevlerini bir bütün olarak kavrayabilme, yeni üretim ve pazarlama tekniklerini uygulayabilme becerisine sahip olacaklardır
6	İşletmelerde maliyet hesaplamalarını yapabilecek, muhasebe kayıtlarını tutabilecek, mali tabloları hazırlayabilecek ve yorumlayabilecek yeterliliğe sahip olacaklardır
7	İşletmenin yönetim fonksiyonlarını kullanabilme yeteneğine sahip olmak ve yeni yönetim tekniklerini takip ederek uygulayabileceklerdir
8	İşletmenin hukuki sorumluluklarını yerine getirebilecek, ilgili mevzuatı takip edip uygulayabilecek bilgi ve donanıma sahip olacaklardır
9	Mesleği ile ilgili ulusal ve uluslar arası çerçevede güncel ve ekonomik gelişmeleri takip edebilme ve uygulayabilme becerisine sahip olacaklardır
10	Uygulamada karşılaşılan sorunları çözebilmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alabileceklerdir
11	Bilgisayar ve gerekli paket programı kullanımı becerisine sahip olacaklardır
12	İş yaşamında ve iş ilişkilerinde meslek etiğine sahip olacaklardır

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	2	5	4	2	5
PÇ2	3	3	2	3	3
PÇ3	4	4	3	4	4
PÇ4	2	2	3	2	2
PÇ5	5	1	4	5	1
PÇ6	3	3	2	3	3
PÇ7	4	3	2	4	3
PÇ8	1	4	5	1	4
PÇ9	2	2	3	2	2
PÇ10	5	5	4	5	5
PÇ11	3	1	2	3	1
PÇ12	4	2	3	4	2

