



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Reklam Ekolleri							
Ders Kodu		HİR370		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Dersin amacı, reklam tarihini şekillendiren reklam ustalarının reklam anlayışlarını, reklamcılığa katkılarını ve başarılı kampanyalarının irdelenerek öğrencilerin reklam tarihi bilgilerini zenginleştirmektir.							
Özet İçeriğı		Ders kapsamında; dünyada ve Türkiye'de reklamcılığa katkı sağlayan reklamcılarının hayatlarını ve reklam anlayışlarını irdelenmektedir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Prof. Dr. İçten Duygu ÖZBEK						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	30
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70
Derse Katılım (Performans)	1	10

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Elden, M. & Bakır, U. "Reklam Ustaları 1". Ankara: Detay Yayıncılık, 2014.
2	Elden, M. & Çelik, M. "Reklam Ustaları 2". Ankara: Detay Yayıncılık, 2017.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Albert Lasker & Claude Hopkins
2	Teorik	Rosser Reeves ve USP Stratejisi & Marion Harper
3	Teorik	Raymond Rubicam & Vance Packard
4	Uygulama	Alex Osborn ve Beyin Fırtınası Tekniğı
5	Teorik	Leo Burnett & William Bernbach ve Yaratıcı Devrim
6	Teorik	David Ogilvy & Jacques Seguela
7	Ara Sınav (Vize)	Vize sınavı
8	Teorik	John Hegarty & Oliviero Toscani
9	Teorik	Eli Acıman
10	Teorik	Haluk Mesci & İzmir Tolga & Attila Öğüd
11	Teorik	Ersin Salman & Nazar Büyüm & Nesteren Davutoğlu
12	Teorik	Jeffi Medina & Yavuz Turgul & Hulusi Derici
13	Teorik	Ali Taran & Serdar Erener
14	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
Uygulamalı Ders	14	1	1	28
Ödev	2	10	2	24
Ara Sınav	1	12	2	14
Dönem Sonu Sınavı	1	15	2	17
Toplam İş Yüğü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.



Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Reklamcılığın dünyada nasıl bir gelişim gösterdiğini bilir
2	Dünyadaki reklamcılığın gelişimini uygulanan stratejiler bağlamında değerlendirebilir.
3	Türkiye'deki reklamcılığın gelişimini uygulanan stratejiler bağlamında değerlendirebilir.
4	Reklamcılığın gelişimini etkileyen dünyadaki ünlü isimleri tanır.
5	Reklamcılığın gelişimini etkileyen Türkiye'deki ünlü isimleri tanır.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanlarına yönelik hukuki düzenlemelerin, yasa ve mevzuatın bilincinde olup, buna uygun davranabilmek
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranabilmek
3	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdelleyebilmek ve kullanabilmek.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve tekniklerini geliştirip, uygulayabilmek.
6	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek.
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişim, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip edip, kullanabilmek
8	Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medya ile ilişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişimi, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplinin ve reklam disiplininin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışmasında yer alabilme, karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim becerilerini elde edebilmek
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar programları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek.
11	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu disiplinlerden yararlanabilmek
12	Bölgesel, ulusal, ve küresel konular/sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak, bunlarla ilgili kanıtlara ve araştırmalara dayalı çözüm önerileri geliştirebilmek ve bunları kamuya anlatabilme becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininin edinen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişimi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilmek.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	4	5	5	5	4
PÇ2	4	5	5	5	4
PÇ3	5	5	5	5	4
PÇ4	5	5	5	5	5
PÇ5	5	4	5	5	5
PÇ6	5	4	5	5	5
PÇ7	4	5	5	5	5
PÇ8	4	4	5	5	5
PÇ9	4	5	5	5	5
PÇ10	4	5	5	5	5
PÇ11	4	5	5	5	5
PÇ12	4	5	5	5	5
PÇ13	4	5	5	5	5

