



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Reklamcılığa Giriş							
Ders Kodu		HİR166		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Reklamcılığın temel kavramları, kurumları ve mantığını, işleyiş sürecinin öğretilmesi.							
Özet İçeriği		Reklam Tanımı, Türkiye’de ve Dünyada Reklamcılığın Tarihçesi, Reklam Ortamları, Reklam Stratejisinin Geliştirilmesi, Reklam Planlaması, Araştırma, Hedef Kitle Tespiti, Yaratıcı Strateji, Reklam Kampanyalarında Kullanılan Temel Yaratıcı Stratejiler, Gazete Reklamı Hazırlama, Televizyon Reklamı Hazırlama, Medya Planlama Stratejileri.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Proje Tabanlı Öğrenme							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Prof. Dr. İçten Duygu ÖZBEK						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	50
Kısa Sınav (Quiz)	2	30
Dönem Ödevi	1	20

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	• İçten Duygu Çallı, Mustafa Özgür Seçim. (2016) Reklam Diyor ki 1 Konya: Literatürk.
2	• Elden, Müge. (2015) Reklam ve Reklamcılık İstanbul: Say Yayınları
3	• Pricken, Mario. Creative Advertising: Ideas and Technique From the World's Best Campaigns. London: Thames & Hudson, 2002
4	• Moriarty, Sandra. Nancy Mitchell and William Wells. Advertising & IMC: Principles & Practice Boston: Prentice Hall, 2012.
5	• Moriarty, Sandra. Nancy Mitchell and William Wells. Advertising: Principle & Practice. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2003

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin tanıtımı, gerekçesi, önemi, ders işleyişi hakkında bilgiler.
2	Teorik	Genel reklamcılık bilgileri: Reklamın tanımı ve önemi, dünyada ve Türkiye'de reklamın gelişimi. Reklamın amaçları.
3	Teorik	Reklamcılık ortamları: Radyoda reklam, televizyonda reklam, gazetede reklam, dergide reklam, açıkavada reklam, İnternet'te reklam, sinemada reklam.
4	Teorik	Reklamcılık kuramları
5	Uygulama	Kısa Sınav
6	Teorik	Reklamcılıkla ilgili kuruluşlar ve denetim mekanizmaları.
7	Teorik	Tüketici ve tüketici davranışı.
8	Teorik	Reklam kampanyası planlama süreci.
9	Uygulama	Kısa sınav
10	Teorik	Temel photoshop
11	Teorik	Temel Photoshop
12	Teorik	Bireysel Çalışma
13	Teorik	Bireysel çalışma
14	Teorik	Bireysel çalışma
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	15	1	3	60
Kısa Sınav	2	9	6	30



Dönem Sonu Sınavı	1	32	3	35
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	Reklamı tanımlar, reklamın diğer alanlarla ilişkisini ve hem dünyada hem Türkiye'deki tarihsel gelişimini açıklar.
2	Reklam ortamlarını ayırıştırır.
3	Reklamın işleyiş sürecine dair başlıca modellerin kavranmasına yardımcı olur.
4	Reklam kampanyası aşamalarını işleyiş sürecine göre belirler.
5	Doğru mesaj ve medya stratejilerinin oluşturulmasını sağlar.

Program Çıktıları (Radyo Televizyon ve Sinema Programı)

1	İletişim Bilimleri alanında genel bilgi birikimine sahip olmak, sözlü ve yazılı iletişim becerilerini geliştirebilmek, iletişim teorilerini tartışabilmek.
2	Sosyal bilimlerin farklı alanlarında bilgi edinerek medya alanıyla ilişkilendirebilmek, alanıyla ilgili araştırma yöntemleri bilgisine sahip olmak.
3	İletişim ve medyanın tarihsel gelişim sürecini değerlendirebilmek ve yeni iletişim teknolojilerini anlamlandırabilmek.
4	Kitle iletişim araçlarının işlevlerini kültürel, sosyal, ekonomik ve siyasi olarak sorgulamak.
5	Estetik görme yeteneği kazanmak, görsel medya üretimlerini bu açıdan değerlendirebilmek ve estetik değeri yüksek görsel projeler üretebilme becerisi kazanmak.
6	Radyo, Televizyon ve Sinema dalında çalışabilecek genel bilgi birikimi edinebilmek, bu alanda kullanılan profesyonel terminolojiyi kullanabilmek.
7	Radyo, Televizyon ve Sinema alanındaki üretilere ilişkin proje geliştirmek ve uygulama becerisi kazanmak.
8	Kitle iletişim araçları aracılığıyla duygu ve düşüncelerini anlatabilmek için yaratıcı yazım becerileri geliştirmek.
9	Medya üretimlerini eleştirel düşünce sistemiyle değerlendirmek ve çözümlemek.
10	Bilgisayar ve iletişim teknolojileri alanıyla ilişkili olarak kullanılabilecek teknik bilgi ve beceriye sahip olmak.
11	Yabancı bir dili kullanarak alanındaki literatürü takip edebilmek ve meslektaşları ile iletişim kurabilmek.
12	Alana ilişkin hukuksal mevzuata hakim olmak ve mevzuatın gerektirdiği biçimde davranma yetkisi kazanmak.
13	Mesleğin gereği olarak bir ekip çalışması içerisinde yer alma becerisini kazanmak.
14	Yaşam boyu öğrenme bilinci kazanarak alanındaki gelişmeleri ve yenilikleri takip etmek.
15	Medya endüstrisinin ekonomik yapısını ve işleyişini kavrayabilmek ve radyo, televizyon, sinema alanlarında gerçekleştirilen ürünlerin ekonomik işlevliğini sağlayabilme becerisi kazanmak.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	4	4	4	5	4
PÇ2	5	5	5	5	5
PÇ9	4	4	4	4	4
PÇ10	4	4	4	4	4

