

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Reklamcılık	1004740	VII	3+0	3	5
Ön koşul Dersler	-				
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin genel amacı; Pazarlama faaliyetlerinde önemli bir tutundurma aracı olan reklâmcılık bilgi ve donanımını öğrenciye kazandırabilmektir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<p>Bu dersin sonunda öğrenci;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tanım olarak reklâmı, Türkiye’de ve dünyada reklâmın tarihini, reklâmın amaçlarını, reklâmcılığın diğer bilim dallarıyla ilişkisini, reklâmın ekonomik ve toplumsal etkilerini açıklar. 2. Pazarlama iletişiminde reklâmın önemini kavrar. 3. Reklamda yaratıcı stratejileri öğrenir. 4. Rekabetçi avantaj kazanmada reklâmın rolünü kavrar. 5. Çok boyutlu algılayabilme, düşünebilme, tasarlayabilme, uygulayabilme becerisini geliştirir. 6. Reklam ve yaratıcılık, reklâm kampanyalarında kullanılan temel yaratıcı stratejileri açıklar. 7. Uluslararası reklâm uygulama esaslarını açıklar. 				
Dersin İçeriği	Reklâmcılığın tarihsel gelişimi, reklâmcılığın sosyal – ekonomik yönleri, reklâmcılık kavramları, reklâm türleri, reklâmcılıkta ön çalışmalar, reklâm kampanyası planlaması, TV, radyo ve gazete reklâmları, reklâm bütçesi, reklâm etkinliği.				
Haftalar	Konular				
1	Reklâmcılığa Genel Bir Bakış.				
2	Reklâmcılığın Tarihsel Gelişimi.				
3	Reklâmcılığın Sosyal – Ekonomik Yönleri.				
4	Reklâmcılık Kavramları.				
5	Reklâm Türleri				
6	Reklâmcılıkta Ön Çalışmalar, Reklâm Kampanyası Planlaması.				
7	Ara Sınav				
8	Reklâm Metni Yazımı.				
9	Televizyon İçin Reklâm Metni Yazımı				
10	Gazete ve Radyo İçin Reklâm Metni Yazımı				
11	Reklâmda Görüntü.				
12	Medya Planı.				
13	Reklâm Bütçesi.				
14	Reklâm Etkinliğinin Ölçülmesi.				
Genel Yeterlilikler					
1. Pazarlama faaliyetlerinde önemli bir tutundurma aracı olan reklâmcılık bilgi ve donanımını öğrenciye kazandırabilmektir.					
Kaynaklar					
Babacan, M. (2015). <i>Nedir Bu Reklam</i> . İstanbul: Beta Basım Yayım.					
Green, J. (2012). <i>Advertising</i> . Newyork: Rosen Publishing Group, Inc.					
Değerlendirme Sistemi					
Ara Sınav: %40					
Final: %60					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																
	PÇ 1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15	PÇ 16
ÖK1	3	4	4	4	4	4	4	5	4	1	1	1	4	4	4	2
ÖK2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	2
ÖK3	2	4	4	4	4	4	4	5	4	1	1	1	4	4	4	2
ÖK4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	2
ÖK5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	2
ÖK6	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	2
ÖK7	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	2
ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları																
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders Adı	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	PÇ 14	PÇ 15	PÇ 16
Reklamcılık	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	2