

REKLAMCILIK

1	Ders Adı:	REKLAMCILIK
2	Ders Kodu:	PZRZ108
3	Ders Türü:	Zorunlu
4	Ders Seviyesi	Önlisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	1
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	2
7	Dersin AKTS Kredisi:	5.00
8	Teorik Ders Saati (saat/Hafta)	3.00
9	Uygulama Ders Saati(saat/Hafta)	0.00
10	Laboratuvar Ders Saati (saat/hafta) :	0
11	Dersin Önkoşulu:	Yok
12	Dersin Dili:	Türkçe
13	Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze
14	Dersin Koordinatörü:	Öğr.Gör. YALIN FEYZİ KORUKÇU
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	ykorukcu@uludag.edu.tr, Tel: 2615540/60535
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	Reklamcılıkla ilgili temel kavram ve terimlerin yanı sıra bir iletişim biçimi olarak reklamın diğer iletişim dallarıyla ilişkisini kurma becerisini öğrenciye kazandırmaktır.
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	Reklam kavramını bütünlük pazarlama iletişimi kapsamına açıklayabilme
	2	Reklam kampanyalarını tasarlayabilme
	3	Reklam stratejilerini reklam veren ve reklam ajansı kimliğiyle uygulayabilme
	4	Reklam amaçlarını ve çeşitlerini kavrayabilme ve bu bilgileri reklam tekniklerinde kullanabilme
	5	Reklamda araştırmanın önemini kavrayıp uygulayabilme
	6	Reklamda inovatif çalışmaları kavrayabilme
	7	Reklam kampanya sürecinde karşılaşılabilecek sorunları çözebilme
	8	Bütçe, medya ve mecra çalışmalarını uygulayabilme
	9	Reklam etkinliğini ölçümünü analiz edebilme
	10	
21	Dersin İçeriği:	
Hafta	DERS İÇERİKLERİ	
	Teorik	Uygulama
1	Reklamcılık kavramı, tarihçesi ve işlevi	
2	Reklamın amaçları ve çeşitleri	
3	Pazarlama İletişiminde Reklamın Yeri	

4	Reklam Ajansları	
5	Reklamda araştırma ve stratejik kararlar	
6	Reklamda yaratıcı çalışmalar	
7	Reklam yapım teknikleri	
8	Ders tekrarı ve Ara Sınav	
9	Reklam Kampanyaları	
10	Medya stratejisi, medya planı ve bütçe	
11	Reklam Etkinliğinin Ölçümü,	
12	Reklamda Etik	
13	Reklam kampanya örnekleri	
14	Reklam kampanya örnekleri	

22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	Nedir bu reklam?, Prof.Dr.Muazzez Babacan,Beta Yayınları Reklamlardan Sonra;Güven Borça, MediaCat Yayınları Küçük Bir Reklam Bütçesiyle Büyük Sonuçlar;Cynthia Smith,Alfa Yayınları Ölçülebilir Reklam Hedefleri İçin Reklam Hedeflerini Tanımlamak;Solomon Dutka Reklamcılık Vakfı Yayınları Akılda Kalan Nedir?;Rex Briggs&Gres Stuart, MediaCat Yayınları
----	---	--

23	Değerlendirme
----	---------------

YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	SAYISI	KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav	1	40.00
Kısa Sınav	0	0.00
Ödev	0	0.00
Yıl Sonu Sınavı	1	60.00
Toplam	2	100.00
Yıl içi çalışmalarının Başarıya Oranı		40.00
Finalin Başarıya Oranı		60.00
Toplam		100.00
Kullanılan Ölçme ve Değerlendirme Yaklaşımları		

24	AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU
----	------------------------

ETKİNLİK	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Teorik Dersler	14	3.00	42.00
Uygulamalı Dersler	0	0.00	0.00
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	3.00	42.00
Ödevler	0	0.00	0.00
Projeler	4	10.00	40.00
Arazi Çalışmaları	0	0.00	0.00
Arasınavlar	1	10.00	10.00
Diğer	0	0.00	0.00
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	15.00	15.00
Toplam İş Yüğü			159.00
Toplam İş Yüğü / 30 saat			4.97
Dersin AKTS Kredisi			5.00

25	PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE DERS ÖĞRETİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16
ÖK1	5	5	0	5	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK2	5	5	0	5	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK3	5	5	0	5	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK4	5	5	0	5	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK5	5	5	0	5	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK6	5	5	0	5	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK7	5	5	0	5	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK8	5	5	0	5	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK: Öğrenme kazanımlar PY: Program yeterlilikleri																
Katkı Düzeyi:	1 çok düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			