

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Reklam ve Tanıtım	2206301	III	2+0	2	2
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin genel amacı, Pazarlamanın bir alt bileşeni olan ve satış amacını gerçekleştiren reklamın yapım ve uygulaması ile ilgili bilginin aktarılması, yaratıcı düşünceye doğru yol almanın sağlanmasıdır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1-Reklamın tarihsel gelişimini uygulama sürecini bilir, 2-Reklam ajanslarının çalışma alanlarını öğrenir, 3-Reklam türlerini ve reklamın amaçlarını bilir, 4-Televizyon reklamlarının hazırlanmasını öğrenir.				
Dersin İçeriği	Bu derste öğrenci, yaratıcı düşüncenin bir iletiye dönüşmesiyle ortaya çıkan reklam olgusunu, reklamın başlangıçtan günümüze gelişimini, reklam ortamlarını ve bu ortamların özelliklerini, reklam ortamlarına göre bir reklamı nasıl hazırlayacağını öğretecek bilgiye sahip olacaktır.				
Haftalar	Konular				
1	Kültür-İletişim ve İletişimde iletinin kodlanması				
2	İlk reklamlar ve reklam ajansları				
3	Reklam ajanslarında işlevsel yapı ve örgütlenme				
4	Reklam ajanslarının kampanya hazırlama aşamaları				
5	Reklamcılıkta psikolojik ve sosyolojik kuram				
6	Reklamın iletişim, satış ve diğer amaçları				
7	Ara Sınav				
8	Kısa tanıtıcı programlar ve bunlarda yapısal unsurlar, Türk reklamcılık sektörüne bakış ve reklamda ahlaksal boyut				
9	TV reklamlarının yapım aşamaları				
10	Reklamlarda cazibe unsurları ve bunların reklamlarda kullanımı				
11	Reklam formatları ve özellikleri				
12	Radyo Reklamı senaryosu ve seslendirme özellikleri				
13	Televizyon reklamları senaryosu ve özellikleri				
14	Gazete reklamı hazırlama				
Genel Yeterlilikler					
1-Reklam ve reklam ajanslarını kavrayabilir, 2-Reklam türlerini öğrenme ve amaca uygun reklam tasarlayabilir, 3-İnsan psikolojisi ile reklam arasında bağ kurabilir, 4-Her türlü reklam ortamı için reklam hazırlayabilir.					
Kaynaklar					
Casson, N.H. (2001). <i>Tanıtım ve Reklam Sanatı</i> , İstanbul: Toker Yayınları. Çetinkaya, Y. (1992). <i>Reklamcılık</i> , İstanbul: Ağaç Yayıncılık. Melek, L. (1995). <i>Reklam Terimleri Sözlüğü</i> , İstanbul: Yayınevi Yayıncılık, , Oskay, Ü. (1997). <i>İletişimin Abc'si</i> , İstanbul: Der Yayınları. Özgür, A. Z. (1996). <i>Televizyon Reklamcılığı</i> , İstanbul: Der Yayınları.					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav	: % 40				
Final	: % 60				
Bütünleme	:				

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	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
ÖK1	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
ÖK2	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
ÖK3	5	5	4	5	3	4	5	5	3	4	4	5	3	5	5
ÖK4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
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	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
Rek. ve Tanıtım	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5