

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Reklamcılık Uygulamaları	2206406	IV	2+0	2	2
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Reklam tanımları, reklam amaçları, reklamın diğer bilim dallarıyla ilişkisi, reklamın toplumsal ve ekonomik etkileri, reklam ortamları, reklama yönelik prodüksiyon çalışmaları ve reklam etkinliğinin ölçülmesi amaçlanmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu derste öğrenci; 1- Reklam tanımlarını öğrenir, 2- Reklam ortamlarını bilir, 3- Kampanya kavramı ve yaratıcılığın önemini kavrar, 4- Reklam araçlarına yönelik prodüksiyon çalışmalarını yapar, 5- Reklam etkinliğini ölçer.				
Dersin İçeriği	Bu derste öğrenci, Reklamın yaratıcı düşünce aşamasından, mal, tüketici ve reklam amacı analizlerini yaparak öncelik televizyon reklamı olmak üzere her türlü reklam medyası için reklam hazırlayabilecektir. Ve yazacağı senaryo ile bunu prodüksiyon olarak gerçekleştirebilecektir.				
Haftalar	Konular				
1	Reklamcılık Genel Tanımları				
2	Reklam Ortamları				
3	Kampanya Kavramı Ve Yaratıcılığın Önemi				
4	Yaratıcılık Ve Reklam Kampanyasında Kullanılan Yaratıcı Stratejiler				
5	Reklam Araçlarına Yönelik Prodüksiyon Çalışması				
6	Basılı Ve Yayın Yapan Reklam Araçları Arasındaki Farklar				
7	Ara Sınav				
8	Reklam Etkinliğinin Ölçülmesinde Kullanılan Yöntemler				
9	Reklamla İlgili Kurum Ve Kuruluşlar				
10	Reklam Verenler				
11	Reklam Ajansları				
12	Medya Reklam Bölümleri				
13	Reklam Kurulu Yönetmeliği				
14	Örnek Reklam Kampanyası Hazırlama				
Genel Yeterlilikler					
1-Reklam fikrini kavrar. 2-Reklam için, ürün, tüketici ve reklam amacı analizi yapar. 3-Farklı ortamlara göre farklı reklamlar oluşturur, 4-Reklam mevzuatını öğrenir.					
Kaynaklar					
Baker, S. (1996). <i>Çeviri; Dilek Şendil, Reklamcılıkta Yaratıcılık</i> , İstanbul: Yayınevi Yayınları Çetinkaya, Y. (1992). <i>Reklamcılık</i> , İstanbul: Ağaç Yayınları Topsümer, F., Elden, M. (2016). <i>Reklamcılık, Kavramlar, Kararlar, Kurumlar</i> , İstanbul: İletişim Yayıncılık					
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	3	4	3	5	3	5	5	4	5	2	5	4	5	5
ÖK2	4	2	2	3	5	2	5	5	4	4	2	4	4	5	4
ÖK3	5	5	4	5	5	2	4	5	5	4	4	5	5	5	5
ÖK4	5	5	4	4	5	2	4	4	5	5	5	4	4	5	4
ÖK5	5	3	3	5	5	3	3	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	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Reklamcılık Uygulamaları	5	4	3	4	5	2	4	5	5	4	4	5	4	5	5