

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyılı | T+U | Kredisi | Akts |
|---|---|----------|-----|---------|------|
| Reklamcılık Uygulamaları | 1204446 | IV | 2+0 | 2 | 2 |
| Dersin Dili | Türkçe | | | | |
| Dersin Türü | Zorunlu | | | | |
| Dersin Koordinatörü | | | | | |
| Dersi Veren | | | | | |
| Dersin Yardımcıları | | | | | |
| Dersin Amacı | Bu dersin genel amacı; Reklâm ve tanıtım konusunda genel bilgiler vermek, bu konular hakkında ön bilgiler oluşturmak. | | | | |
| Dersin Öğrenme Kazanımları | <p>Bu dersin sonunda öğrenci;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kendi meslek dalı hakkında genel bilgilere sahip olur 2. Reklâmın ve tanıtımın farkları ve benzerlikleri hakkında bilgi sahibi olur 3. Reklâmın ve tanıtımın işletme ve bireyler açısından önemini anlar 4. Reklam kampanyaları ile ilgili planlama, tanımlama, modelleme ve çözme becerisine sahip olur. 5. Karar, uygulama ve davranışlarında İletişim alanına ilişkin edindiği bilgileri kullanma becerisine sahip olur. 6. Reklam sektöründe yönetsel becerileri edinebilme ve kullanır. | | | | |
| Dersin İçeriği | Reklam özellikleri, Reklam fonksiyonları, Reklam ajansları tanımı, özellikleri, Reklamın sınıflandırılması, Mecra nedir? Mecralar açısından reklama bakış, Reklam yönetimi, Reklamın sonuçları ve etkileri, Sektördeki genel tanımlar, Sektördeki kurum ve kuruluşlarla ilgili genel tanımlar | | | | |
| Haftalar | Konular | | | | |
| 1 | Reklam özellikleri | | | | |
| 2 | Reklam fonksiyonları | | | | |
| 3 | Reklam ajansları tanımı, özellikleri | | | | |
| 4 | Reklamın sınıflandırılması | | | | |
| 5 | Reklamın sınıflandırılması | | | | |
| 6 | Mecra nedir? Mecralar açısından reklama bakış | | | | |
| 7 | Ara sınav | | | | |
| 8 | Reklam yönetimi | | | | |
| 9 | Ajans Türleri | | | | |
| 10 | Reklamın sonuçları ve etkileri | | | | |
| 11 | Reklamın sonuçları ve etkileri | | | | |
| 12 | Sektördeki genel tanımlar | | | | |
| 13 | Sektördeki kurum ve kuruluşlarla ilgili genel tanımlar | | | | |
| 14 | Sektördeki kurum ve kuruluşlarla ilgili genel tanımlar | | | | |
| Genel Yeterlilikler | | | | | |
| Reklâm, iletişim, pazarlama bilgilerini reklamcılık problemlerini çözmeye kullanabilme yeteneğinin geliştirebilme, pazarlamada reklamın yeri, reklam alanına yönelik kanuni düzenlemeleri yorumlayabilmek, görsel tasarım alanındaki modern teknikleri ve yazılımları kavrayabilmek ve kullanabilmek, bilgi iletişim teknolojilerini reklam ve pazarlama kapsamında stratejik anlamda kullanabilmek ve mesleki ve etik sorumluluk bilincine sahip olabilmek. Bu mesleki bilgileri anlamak ve günlük ve iş hayatı alanı uygulamalarında kullanabilmek. | | | | | |
| Kaynaklar | | | | | |
| Anadolu Ün. (2002). <i>Reklâmculuk ve Satış Yönetimi</i> , İşletme fakültesi ders kitapları, Eskişehir. Özkundakçı, M. (2008). <i>Reklâmculuğa Giriş</i> , hayat yayınları, İstanbul. Özkundakçı, M. (2008). <i>Medya Planlama</i> , hayat yayınları, İstanbul. | | | | | |
| Değerlendirme Sistemi | | | | | |
| Arasınav: %40 Final: %60 Bütünleme: | | | | | |

