

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 etiksorumluluk 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:					

