



ÇANKAYA ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ

Ders Tanımlama Formu

I. KISIM Temel Ders Bilgileri

Bölüm Adı	HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK			Bölüm kodu	3 6
Ders Kodu	H I R 4 0 6	Haftalık Ders Saati	3	Haftalık laboratuvar/uygulama saati	0
Dersin İnternet Sitesi	hir406.cankaya.edu.tr			Dersin Kredisi	3
				AKTS Kredisi	0 5

Ders Adı <i>Bu bilgi, sadece matbu kataloglarda ve İnternet katalogunda gözükecektir.</i>	
İngilizce Adı	Advertising Applications
Türkçe Adı	Reklamcılık Uygulamaları
Dersin Veriliş Biçimi	Yüz yüze
Dersin Verildiği Dil	Türkçe

Dersin Tanımı <i>Dönem boyunca kapsadığı konular hakkında kısa bir bilgi veriniz. Bu bilgi, matbu kataloglarda ve İnternet katalogunda gözükecektir. Maksimum 60 kelime.</i>	
Reklamcılık İlkeleri, İletişim Tasarımı, Reklam Yazarlığı, Reklam Kampanyaları Yönetimi, Pazarlama İletişimi dersleri kapsamında hazırlanacak reklam projelerinin tüm aşamaları ve sunumu dersin temel kazanımlarıdır.	

Ön Koşul (varsa) <i>Ders kodunu veriniz ve uygun olan kutuyu işaretleyiniz.</i>	1.	2.	3.	4.
	<input type="checkbox"/> Dersin Sorumlusunun Onayı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Diğerleri	
Birlikte alınması gereken dersler (varsa)	1.	2.	3.	4.
Dersin Türü <i>Uygun olan kutuyu işaretleyiniz</i>	<input type="checkbox"/> Bölüm için zorunlu ders <input type="checkbox"/> Diğer bölümler için zorunlu ders <input type="checkbox"/> XBölüm için seçmeli ders <input type="checkbox"/> Diğer bölümler için seçmeli ders			

II. KISIM Ayrıntılı Ders Bilgileri

Dersin Amacı <i>Maksimum 100 kelime.</i>
Dersin Amacı; Tüm reklam uygulamalarını ve reklam kampanyalarını başarı ile gerçekleştirmek.

Öğrenme Kazanımları*Hedeflenen kazanımları açıklayınız. Maksimum 10 kalem.*

Bu dersi başarı ile tamamlayan öğrenciler:

1. Reklama ilişkin teorik bilgileri uygulama sahasına yansıtabilir.
2. Reklam araçlarının efektif kullanımı konusunda bilgi sahibi olur.
3. Bir reklam kampanyası tasarlayabilir.

Ders Kitabı (Kitapları)*Ders kitabını veya kitaplarını ve varsa, diğer ilgili ders materyallerini sıralayınız.*

Yazar (lar)	Kitabın Adı	Yayın Evi	Yayın Yılı	ISBN
Luc Sullivan	Satan Reklam Yaratmak	MediaCat	2001	97860545845 29

Yardımcı Kitap (lar)*Eğer varsa, Yardımcı kitapları, ek materyal olarak sıralayınız.*

Yazar (lar)	Kitap Adı	Yayın Evi	Yayın Yılı	ISBN
Paul Rutherford	Yeni İkonalar. Televizyonda Reklam Sanatı	YKY	2000	
Bülent Fidan	Bir Reklamcıdan Tüyolar	Beslenme Saati	2012	97860562740 15

Öğretim Yöntemleri*Dersi yürütürken hangi öğretim yöntemlerini kullanacağınızı açıklayınız (ders, laboratuvar, uygulamalar, atölye çalışmaları, seminerler, vs.)*

Üç saat anlatım. Örnek Projelerin Tartışılması

Laboratuvar*Haftada ihtiyaç duyulan laboratuvar/ atölye çalışmalarının, eğer varsa, kontrollü laboratuvar çalışmalarının saatlerinin sayısını veriniz ve bu dönemlerde uygulanacak laboratuvar çalışmalarının adlarını listeleyiniz.*

Yoktur

Bilgisayar Kullanımı*Ders içinde bilgisayar kullanımını ve donanım ve yazılım ihtiyaçlarını kısaca açıklayınız.*

Yoktur

Haftalık Ayrıntılı Ders İçeriği*Her bir haftayı içeren konuları sıralayınız.*

Hafta	Konu (lar)
1	Ders içeriğinin, Uygulama Şeklinin Açıklanması
2	Geleneksel ve Yeni reklam türleri
3	Reklam ve görsel-işitsel medya
4	Reklam ve yazılı medya
5	Reklam ve açık hava mecraları
6	Reklam ve sosyal medya

7	Vize
8	Reklamda stratejik çalışmalar
9	Reklamda yaratıcı çalışmalar
10	Örnek reklamcılık uygulamaları
11	Örnek reklamcılık uygulamaları
12	Örnek reklamcılık uygulamaları
13	Etkili sunum teknikleri
14	Etkili sunum teknikleri

Ölçme Yöntemi

Dönem sonu notlarının önemi hakkında fikir verecek olan ölçme yöntemlerini ve yüzdelik katkılarını listeleyiniz.

Yöntem	Adet	Katkı (%)	Yöntem	Adet	Katkı (%)	Yöntem	Adet	Katkı (%)
Ara sınav	1	10 %						
Haftalık Çalışmalar	5	40 %						
Araştırma	1	20%						
Final	1	30%						

AKTS İş Yüğü

AKTS içinde değerlendirilecek olan bütün faaliyetleri listeleyiniz.

Faaliyet	Adet	Süre (Saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Yüz yüze ders (haftalık bazda)	13	3	39
Laboratuvar/ Problem çözme (haftalık bazda)	-	-	-
Ders notlarının düzenlenmesi (haftalık bazda)	13	2	26
İlgili ders materyallerin toplanması	13	2	26
İlgili ders materyallerinin incelenmesi	13	1	13
Ev ödevlerinin hazırlanması	5	3	15
Küçük sınavlara hazırlanma	-	-	-
Ara sınavlara hazırlanma	1	5	5
Dönem ödevinin/ örnek olay analiz raporunun hazırlanması (sözlü sunum dahil)	-	-	-
Dönem Projesinin / alan araştırması raporunun hazırlanması (sözlü sunuma dahil)	-	-	-
Final sınavına hazırlanma (fiili sınav süreci dahil)	1	13	13
TOPLAM İŞ YÜĞÜ / 25			5,48
AKTS Kredisi			5

Program Yeterlilikleri Dersin Öğrenme Kazanımları İlişkisi						
<i>Dersin öğrenme kazanımlarının program yeterlilikleri açısından önem ve uyumunu puan cetvelinde beş seçenekten birini X şeklinde işaretleyerek gösteriniz.</i>						
No	Program Yeterlilikleri	Katkı				
		0	1	2	3	4
1	İletişim bilimleri literatürünü bilir.				X	
2	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer sosyal bilimlere yönelik temel bilgileri edinir ve ilişkilerini kurar.				X	
3	Halkla İlişkilere yönelik teorik ve uygulamalı bilgileri edinir ve mesleki yeterlilik kazanır.				X	
4	Reklamcılık alanında teorik ve uygulamalı bilgileri edinir ve mesleki yeterlilik kazanır.				X	
5	Sosyal bilimler ve sanat alanında entellektüel bilgi kapasitesine sahip olur, medya okur-yazarlığı konusunda yetkin hale gelir.		X			
6	Mesleki, sosyal becerilerini geliştirir, görsel algısını güçlendirir ve çözümleme yeteneği kazanır.				X	
7	Üstleneceği projeler ve uygulama faaliyetleriyle ekip çalışmasını öğrenir ve sosyal uyum yeteneğini kazanır.					X
8	İlgili alanlarda araştırma, analiz ve raporlama üzerine bilgi ve deneyim kazanır.			X		
9	Staj imkanlarıyla sektörle işbirliği kurabilir ve kariyer hedeflerini belirler.				X	
10	İlgili alanlarda uluslararası literatürü ve örnekleri takip edecek düzeyde dil yeterliliğine sahip olur.			X		
11	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanındaki bilgilerini bireysel ve/veya grup çalışmalarında kullanarak sosyal sorumluluk projelerine katkı sağlayabilir.				X	
12	İletişim etiği ve mesleki etik donanımıyla bireysel etik bilincini geliştirir.			X		
13	Mesleğe yönelik uygulama dersleri sayesinde sektördeki istihdam rekabetinde öncelik kazanır.					X
14	Örgütsel davranış biçimlerini öğrenir, sosyal haklar konusunda literatürü takip eder.				X	
15	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanında gerekli olan teknolojik yenilikleri takip eder ve kullanır.				X	
16	Starejik düşünmeyi, planlamayı ve uygulamayı öğrenir, evrensel düşünme yeteneğini kazanır.				X	
17	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanını da kapsayan iletişim ve medya sektörünün farklı dallarında da uzmanlaşacak bilgi donanımına sahip olur.					X
18	Mesleki profesyonelliğini destekleyecek yaratıcı üretim, sunum ve ikna tekniklerini öğrenir.					X
19	Toplumsal, kurumsal, bireysel çalışmalarda varlık gösterebilecek projeler üretebilir.				X	
20	İletişim hukukunu bilir ve alana ilişkin hukuksal çerçeveye hakim olur.			X		

Niteliğine göre Değerlendirme Çizelgesi: **0**-Hiç, **1**-Az, **2**-Orta, **3**-Hayli fazla, **4**-En fazla