

FARUK SARAÇ TASARIM MESLEK YÜKSEKOKULU
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERS ÖĞRETİM PLANLARI

DERS BİLGİLERİ

| Ders | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | Kredi | AKTS |
|----------------------------|--|---|----------|-------|------|
| Reklamcılığa Giriş | PR 104 | 2 | 3+0 | 3 | 4 |
| Dersin Dili | Türkçe | | | | |
| Dersin Seviyesi | Ön Lisans | | | | |
| Dersin Türü | Zorunlu | | | | |
| Dersin Ön Koşulu | Yok | | | | |
| Dersin Veriliş Şekli | Yüz yüze | | | | |
| Dersin Koordinatörü | Öğr. Gör. Yusuf KARADERE | | | | |
| Dersi Verenler | | | | | |
| Dersin Amacı | Reklam iletişimini öğretmek; reklamcılık ile ilgili reklam veren, hedef kitle, reklam kampanyaları, strateji, metin yazarlığı gibi temel konularda genel bilgileri aktarmak, reklam modelleri ve reklam mecralarının öğrenilmesini sağlamak. | | | | |
| Dersin Öğrenme Kazanımları | 1 | <i>Reklam kavramını ve pazarlamadaki yerini bilir.</i> | | | |
| | 2 | <i>Reklam İletişim sürecini ve bileşenlerini kavrar.</i> | | | |
| | 3 | <i>Reklam yaratım süreci hakkında teorik donanım kazanır.</i> | | | |
| | 4 | <i>Reklam çekim teknikleri hakkında bilgi sahibi olur.</i> | | | |
| | 5 | <i>Hedef kitle ve reklam yapılandırmasındaki yerini kavrar.</i> | | | |
| | 6 | <i>Markalaşma ve kurumsal iletişim sürecinde reklamın önemini kavrar</i> | | | |
| | 7 | <i>Medya planlaması yapabilir. Reklam kampanyasını değerlendirebilir.</i> | | | |
| DERSİN İÇERİĞİ | | | | | |
| Hafta | Teorik | Uygulama | | | |
| 1 | Tanışma ve Reklama Giriş | | | | |
| 2 | Reklam Nedir, Ne Değildir | | | | |
| 3 | Araştırma, Strateji | | | | |
| 4 | Planlama, Reklam Mecraları | | | | |
| 5 | Reklam Ajansları | | | | |
| 6 | Reklamcılığın Gelişimi | | | | |
| 7 | ARA SINAV | | | | |
| 8 | Medya Planlama | | | | |

| | | |
|----|------------------------|--|
| 9 | Reklam Nasıl Çalışır | |
| 10 | Reklamda Üretim Süreci | |
| 11 | Örnek Sunumlar | |
| 12 | Reklamda Etik | |
| 13 | Yaratıcılık | |
| 14 | Değerlendirme | |

KAYNAKLAR

- Filiz Balta PELTEKOĞLU, Halkla İlişkiler Nedir?
- Ahmet KALENDER, Halkla İlişkiler: Kavramlar, Tanımlar ve Uygulama Alanları
- Doç. Dr. Cavit YAVUZ, Halkla İlişkiler
- Füsun KOCABAŞ, Müge ELDEN, Reklamcılık “ Kavramlar, Kararlar, Kurumlar”
- Özkan TIKVEŞ, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
- Nesrin TAN AKBULUT, Eda BAŞKAŞ ERDOĞAN; Televizyon Reklam Filmi Yapımı

DEĞERLENDİRME

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayısı | Katkı Yüzdesi |
|-------------------------------------|------------|---------------|
| Ara Sınav | 1 | 40 |
| Ödev | 0 | 0 |
| Yıl Sonu Sınavı | 1 | 60 |
| Toplam | 2 | 100 |
| Yıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı | 40 | |
| Finalin Başarıya Oranı | 60 | |
| Toplam | 100 | |
| Açıklama | | |