



**YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ DERS ÖĞRETİM PLANI**

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Dersin Türü (Z/S)	T+U+L (Saat/Hafta)	Kredi	AKTS	Eğitim Dili
HİR725	Eleştirel Reklam Analizi	SEÇMELİ HAVUZU	S	2+1+0	3	5	Türkçe

**DERS BİLGİLERİ**

<b>Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)</b>	Eleştirel Reklam Analizi
<b>Dersin Amacı</b>	Öğrenciye Reklam Analizi hakkında bilgi vermek; öğrencinin reklamları analiz edebilmesine katkıda bulunmak.
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans
<b>Öğretim Yöntemi</b>	( X ) Örgün ( ) Uzaktan
<b>Dersi Yürüten Öğretim Elemanları</b>	Dr. Öğr. Üyesi Simge Aksu
<b>Dersin Ön Koşulu Ders(ler)i</b>	Yok
<b>Kaynaklar</b>	Ender Merter, Reklam Arkası, Mediacat Kitapları
<b>Dersin Öğrenim Çıktıları</b>	1. Reklam hakkında bilgi sahibi olur 2. Reklamı analiz eder 3. Reklam metinleri hakkında bilgi sahibi olur 4. Reklam işleyiş sürecini analiz eder

**DERS İÇERİĞİ**

<b>1.Hafta</b>	Dersin tanımı ve genel bilgiler
<b>2.Hafta</b>	Reklam kavramı hakkında genel bilgiler
<b>3.Hafta</b>	Reklam kavramının tanımlanması
<b>4.Hafta</b>	Eleştirel Reklam kavramının tanımlanması
<b>5.Hafta</b>	Reklam ve sermaye ilişkisi
<b>6.Hafta</b>	Reklam ve marka ilişkisi
<b>7.Hafta</b>	Reklam ve algı
<b>8.Hafta</b>	Ara Sınav
<b>9.Hafta</b>	İmaj ve reklam
<b>10.Hafta</b>	Kurumsal reklamlar
<b>11.Hafta</b>	Reklam planlaması
<b>12.Hafta</b>	Reklam pastası
<b>13.Hafta</b>	Reklam ve medya
<b>14.Hafta</b>	Genel tekrar
<b>15. Hafta</b>	Final Sınavı

**DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ**

Dönem İçi Çalışma Etkinlikleri	Sayısı	Katkısı
<b>Ara Sınav</b>	1	%10
<b>Ödev</b>	1	%10
<b>Uygulama</b>		%30
<b>Forum</b>		
<b>Kısa sınav</b>		
<b>Dönemiçi Çalışmaların Yarıyıl Başarıya Oranı (%)</b>		%50

Finalin Başarıya Oranı (%)		%50
Toplam		%100

### DERS İŞ YÜKÜ TABLOSU

Etkinlik	Toplam Hafta Sayısı	Süre (Haftalık Saat)	Toplam İş Yükü
Teori	14	2	28
Uygulama	14	1	14
Okuma	14	1	14
İnternet Taraması, Kütüphane Çalışması	14	1	14
Materyal Tasarlama, Uygulama	-	-	-
Rapor Hazırlama	-	-	-
Sunu Hazırlama	5	1	5
Sunum	1	1	1
Ara Sınav ve Ara Sınava Hazırlık	1	5	5
Final Sınavı ve Final Sınavına Hazırlık	1	20	20
Diğer			
<b>Toplam İş Yükü</b>			101
<b>Toplam İş Yükü / 25 (s)</b>			101/25
<b>Dersim AKTS Kredisi</b>			≅ 4

### PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI KATKI DÜZEYLERİ

No	Program Öğrenme Çıktıları	1	2	3	4	5
1	Halkla İlişkiler, reklam, pazarlama ve bütünleşik pazarlama iletişimi alanına ilişkin temel kavram, kuram, yöntem ve modellerini bilir.				x	
2	Alanında yapılan faaliyetlerle ilgili periyodik raporlama yapmasını ve halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili araştırma, planlama yapma yöntem ve tekniklerini bilir.					x
3	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında hedef kitlelere uygun medya planlaması süreçlerini ve hedef kitleye uygun halkla ilişkiler ve reklam mesajları oluşturulmasını bilir.					x
4	Örgütsel iletişim modelleri ve işleyişini ve halkla ilişkilerin bir yönetim fonksiyonu olduğunu bilir.					x
5	Kurum ve kuruluşların tanıtımıyla ilgili medya ve dijital medya iletişim tekniklerini ve kriz yönetimi süreçlerini bilir.					x
6	Reklamcılıkla ilgili yasal düzenlemeleri ve etik değerleri bilir.					
7	Kurum ve kuruluşların, tüm paydaşlara yönelik iletişim çalışmalarını yapar ve etkinliklerini düzenler.				x	
8	Reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarından pazarlama araştırmalarını yapma, tüketici davranışını araştırma ve bu araştırma verileri doğrultusunda planlama yapma becerisine sahiptir ve reklam mesajlarını, iletişim ortamlarının farklı özelliklerini dikkate alarak oluşturur.					x
9	Halkla İlişkiler ve reklam kampanyalarını yürütür ve medya reklam kampanyalarını planlar ve yürütür.					x
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında dijital ortamlar, sosyal medyayı ve alanında güncel ve etkili sunum tekniklerini kullanır.					x
11	Ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.					x
12	Toplumsal gelişmeleri yakından izleyerek hedef kitle davranışlarındaki değişimleri araştırıp elde ettiği bilgileri halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarında kullanma yeteneğine sahiptir.				x	
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sorunları çözmek için bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alır ve yönetim becerisine sahiptir.				x	
14	Alanı ile ilgili projelerde ortaya çıkabilecek krizleri öngörür.			x		
15	Alanı ile ilgili gerekli durumlarda sorumluluk alarak ortaya çıkan sorunları çözer. Alanında faaliyet gösteren paydaşlarla iletişim kurar, sorunlarla ilgili				x	

	çözümler önerir.					
<b>16</b>	Halkla ilişkiler, kurumsal iletişim ve reklamcılık alanlarındaki yenilikleri sürekli takip ederek bu doğrultuda içerikler oluşturur.				x	
<b>17</b>	Geleneksel ve dijital mecralardaki tüketici davranışlarını bilimsel yöntemlerle analiz etme ve bu mecraların kendine özgü dinamiklerini değerlendirme yetkinliğine sahiptir.					
<b>18</b>	Alanı ile ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranır.					X
<b>19</b>	Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.					x
<b>20</b>	Yaşam boyu öğrenme prensibini kendisine ilke edinerek, alanı ile ilgili gelişmeleri; yenilikleri, fikirleri, yöntem ve teknikleri düzenli olarak takip etme ve kendi çalışmalarında etkin bir şekilde kullanma yetkinliğine sahiptir.				X	

Not: 1-En düşük 5- En yüksek