



REKLAMCILIK
ÖNLİSANS PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

1.SINIF		I. YARIYIL			
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
REK1001	DAVRANIŞ BİLİMLERİ	3	0	3	4
Davranış Bilimleri ve Diğer Sosyal Bilimlerle İlişkisi, Güdülenme ve Güdülenme Kuramları, Statü-Rol Davranışı ve Sosyal Kurumlar, Tutumlar, Kültür ve Davranışa Etkisi, Öğrenme ve Öğrenme Kuramları, Duygular ve Heyecanlar, İletişim, Algılama ve Algı Yasaları, Kişilik, Gruplar, Sosyal Etki, Uyum ve İtaat, Sosyal Tabakalaşma ve Sosyal Değişme, Stres ve Stresin Yönetimi.					
REK1003	HUKUKUN TEMEL KAVRAMLARI	3	0	3	4
Hukuk ve Toplumsal Yaşamı Düzenleyen Diğer Kurallar, Hukuk Kurallarının Uygulanmasının Sınırları, Hukuk Kurallarının Somut Olaya Uygulanması, Devlet Kavramı ve Unsurları, Türk Hukukunda Gerçek Kişiler, Türk Hukukunda Tüzel Kişiler, Hukuki Olay, Hukuki Fil ve Hukuki İşlem, Kamu Hukuku Alanında Haklar, Özel Hukuk Alanında Haklar, Hukukta Yaptırımlar, Dava kavramı ve Türleri, İdari Yargı, Anayasa Yargısı ve Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, Adli Yargı ve Diğer Yargı Kolları, Hukukun Temel İlkeleri.					
REK1005	İKTİSADA GİRİŞ	3	0	3	5
İktisat Bilimi ve Temel Kavramları, Arz Talep Piyasa Dengesi ve Esneklikler, Tüketim Teorisi ve Fayda Analizi, Üretim ve Maliyet Teorisi, Mal ve Hizmet Piyasaları, Faktör Piyasaları ve Faktör Gelirleri, Makro İktisat: Tanım, Tarihsel Gelişim ve Hasıla, Makro Ekonomik Denge, Toplam Talep-Toplam Arz Analizi, Maliye Politikası, Para ve Banka, Dış Ticaret Teorisi, Dış Ticaret Politikası, Ekonomik Büyüme ve Kalkınma.					
REK1007	İLETİŞİME GİRİŞ	4	0	4	6
İletişim Kavramı ve Süreci, Dil, Kültür ve İletişim, İletişim Modelleri, İletişim Türleri, Kişilerarası İletişim, Kurum İçi İletişim, Kitle İletişim Araçları ve Türleri, Kurumsal İletişim, İletişim ve Halkla İlişkiler, Siyasal İletişim, Medya Okuryazarlığı, Uluslararası İletişim, Yeni İletişim Teknolojileri, İletişim ve Etik.					
REK1009	REKLAMCILIK GİRİŞ	3	0	3	5
Reklam: Tanımı, İşlevi ve İşleyiş Süreci, Reklam Türleri, Reklamcılığın Tarihsel Gelişimi, Reklamcılığın Sosyal, Ekonomik, Hukuki Boyutları, Reklamla İlgili Kurum ve Kuruluşlar, Reklam Kitle İletişim Süreçleri İlişkisi, Reklam Ortamları ve Mesajın Aktarımı, Reklam Araştırmaları, Reklam Kampanya Planlaması, Medya Stratejileri ve Medya Planlaması, Reklam Metni Yazımı, Reklam Nasıl Analiz Edilir?, Uluslararası Reklamcılık, Küreselleşme Çevre Sorunları ve Yeşil Reklamcılık.					
BİL1001	TEMEL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ I	2	0	2	3
Bilgi Teknolojilerine Giriş, Windows 8-I, Windows 8-II, Windows 8-III, Windows 7-IV, Microsoft Word 2010, Word 2010-II, Word 2010-III, Word 2010-IV, Excel 2010-I, Excel 2010-II, Excel 2010-III.					
ORT1001	YABANCI DİL I	2	0	2	3
What is your name? (Am, Is, Are), What do you do in your free time? (Geniş Zaman), How many brothers have you got? (Have Got/Has Got), Would you like a single or return ticket? (Sayılabilen ve Sayılamayan İsimler), What year are you in? (Şimdiki Zaman), Who did you go with? (Geçmiş Zaman), What were you doing? (Şimdiki Zamanın Hikayesi), Where's he gone? (Present Perfect Tense), How long have you been living in Erzurum? (Present Perfect Continuous), They had left before I woke up (Past Perfect Tense), I'll have a doner (Gelecek Zaman), It's on the left (Yer Edatları), The bus left on time (Zaman Edatları), The Kızılırmak is the longest (Sıfatlar).					
1.SINIF		II. YARIYIL			
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
REK1002	ÖRGÜTSEL İLETİŞİM	3	0	3	4
İletişim ve Örgütsel İletişim, Örgüt Kuramları ve İletişim, Örgütsel İletişimin Amacı, Önemi ve Fonksiyonları, Örgütsel İletişim Türleri ve Şekilleri, Örgütsel Yazışmalar ve Yazılı İletişim, Örgütlerde İletişim Araç ve Yöntemleri, Örgütlerde Bilgi İşleme ve İletme Yöntemleri, Örgütsel İletişimin İşleyişi ve Ağ Modelleri, Bilgi Sistemleri ve Örgütsel İletişim, Otomasyon Sistemleri ve Örgütsel İletişim, Örgütsel İletişimin Engelleri ve Aşma Yolları, Örgütsel İletişim ve Halkla İlişkiler, Örgütsel Algının Yönetimi, Örgütsel İletişimin Etkin Yönetimi.					
REK1004	SOSYAL BİLİMLERDE ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ	3	0	3	4
Bilim ve Bilimlerin Sınıflandırılması, Bilimsel Düşünmenin Kavram ve Araçları, Bilimsel Düşünme ve Araştırma Yöntemleri, Bilimsel Araştırma Süreci, Bilgi Kaynakları ve Bilgi Toplama, Veri Toplama Yöntemleri, Örnekleme, Ölçme ve Ölçekleme Kavramları, Verilerin Analize Hazırlanması, Nicel Analizler, Nitel Araştırma Yöntemleri, Bilimsel Araştırmalarda Kaynaklara Ulaşma ve Kaynakların Gösterimi, Araştırma Raporu Hazırlama.					
REK1006	PAZARLAMA İLETİŞİMİ	3	0	3	6
Pazarlama Tanım ve Anlayışı, Stratejik Planlama, Pazarlama Planları, Pazarlama Bilgi Sistemleri, Pazarlama Araştırması, Pazar Talebinin Ölçümü ve Tahmini, Pazarlama Çevresi, Müşteri Değeri Yaratma, Tatmin ve Bağlılık, Tüketici Davranışları ve Satın Alma Karar Süreci, Endüstriyel Pazarlar ve Satın Alma Davranışı, Rekabet Analizi, Pazar, Bölümleme ve Hedefleme, Farklılaştırma ve Konumlandırma, Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar.					
REK1008	REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞI	3	0	3	6
Fotoğrafçılığa Giriş, Fotoğrafçılık Tekniği, Fotoğrafta Kompozisyon ve Öğeleri, Dijital Fotoğrafçılık, Reklam Fotoğrafçılığının Gelişimi, Reklam Fotoğrafının Yapım Süreci, Reklam Fotoğrafçılığında Işık, Reklam Fotoğrafçılığında Alternatif Tekniklerin Kullanımı, Reklam Fotoğrafçılığında Dijital Teknikler ve Görüntü İşleme Uygulamaları, Reklam Fotoğrafçılığında Uzmanlaşma, Stüdyo ve Still Life Fotoğraf Teknikleri, Reklam Fotoğrafçılığında Mesaj ve Stratejileri, Reklam Fotoğrafçılığında Analiz Teknikleri, Portfolyo Hazırlama ve Sunum.					
REK1010	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	3	0	3	4
Tüketici Davranışları, Algılama, Öğrenme, Güdülenme, Kişilik ve Benlik, Değerler ve Yaşam Biçimi, Tutumlar, Referans Grupları ve Aile, Sosyal Sınıf, Kültür, Tüketici Karar Alma Süreci I, Kültür, Tüketici Karar Alma Süreci II, Tüketici Karar Türleri ve İlgilenim, Tüketici Yanlılığı ve Tüketici Sorumluluğu.					
BİL1002	TEMEL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ II	2	0	2	3
PowerPoint 2010, Access 2010, Sık Kullanılan Programlar, Ses-Video İşlemleri, Bilgisayar Ağları, İnternet, İnternet Uygulamaları, Sosyal Medya, İnternet ve Toplum.					
ORT1002	YABANCI DİL II	2	0	2	3
Can I send a letter? (Can/Could, May/Might, Must, Have/Has To), I had better try it on (Must/Mustn't), They are made in Turkey (Edilgen Yapı), They will be shortened (Edilgen Yapı), If I were you I would take that one (Koşul Cümlecikleri), I wish he would return very soon (İstek Cümlecikleri), I need a car which is strong (Sıfat Cümlecikleri), We have a flat in which there are three bedrooms (Sıfat Cümlecikleri), Do you know where she is (İsim Cümlecikleri), The doctor said I should rest (Dolaylı Anlatım), I would like to invite you (İsim Fiiller-Mastarlar), I will call you only if there is a cancellation (Bağlaçlar), I will finish my homework as early as I can (Bağlaçlar), Somebody tried to break into our house (Deyimsel Fiiller ve Edat Alan Fiiller).					





REKLAMCILIK
ÖNLİSANS PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

2.SINIF		III. YARIYIL			
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
REK2001	İKNA ve İKNA PSİKOLOJİSİ	3	0	3	5
İnsan Psikolojisine Giriş, Tutum ve Tutumların Ölçülmesi, Sosyal Etkiler ve Tutum Değişimi, Uyuma ve İtaat Etme, İkna ve İkna Edici İletişim, Kitle İletişimi ve Propaganda, İkna, Otorite ve Sosyal İlişkiler, İknaya Karşı Olma, İkna Edici Konuşma, İkna Edici Konuşmanın Düzenlenmesi ve Planının Oluşturulması, İkna Edici Konuşmanın Destekleyicisi Olarak Sözsüz İletişim, İkna Amaçlı Mesajda Etki I: Mekân ve Zaman, İkna Edici Mesajda Etki II: Renk ve Söz, İkna Amaçlı Mesajda Etki III: Statü ve Karizmatik Kişilik.					
REK2003	İLETİŞİMDE HEDEF KİTLE	3	0	3	4
İletişim Biçimleri ve İletişimin Sınıflandırılması, Hedef Kitle ve Özellikleri, Müşteriler, Tedarikçiler, Rakipler, Çalışanlar, Düzenleyici ve Denetleyici Kuruluşlar, Pazar Yapısı ve Çevresel Unsurlar, Küresel Markalar ve Değişen Tüketici Davranışı, Hedef Kitle Davranışını Etkileyen Bireysel Faktörler, Hedef Kitle Davranışını Etkileyen Grupsal Faktörler, Hedef Kitle Davranışlarını Etkileyen Toplumsal Faktörler, Satın Alma Süreci, Satış Sonrası Hizmetler ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk.					
REK2005	REKLAM ANALİZLERİ	3	0	3	6
Reklam Analizine Giriş, Yaratıcı Strateji ve Reklam Analizi, Basılı Reklamın Analizinde Görsel Tasarım İlkeleri, Görüntüde Kompozisyonel Öğelerin Düzenlenmesi ve Reklam Filmleri, Reklam Analizleri Açısından Sözsüz İletişimin Önemi, Reklam Analizlerinde Kültürel Farklılıkların Önemi, Küreselleşme ve Tüketim Kültürü: Reklam Analizleri İçin Genel Bir Çerçeve, Göstegebilimsel Analiz, Marksist Analiz, Marksist Bakış Açısıyla Tüketim Kültürü Reklam İlişkisine Örnek Çözömler, Psikanalitik Analiz, Toplumbilimsel Analiz, Toplumsal Cinsiyet, Feminist Analiz.					
REK2007	REKLAM ve REKLAM YAZARLIĞI	3	0	3	4
Etkili İletişim ve Yazma Süreci, Reklam ve Yaratıcı Stratejiler, Reklamcılıkta Hedef Kitle, Basılı Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı I: Gazete ve Dergiler, Basılı Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı II: Doğrudan Postalama ve El İlanı, Basılı Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı III: Satış Yeri Reklamcılığı, Yayın Temelli Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı I: Radyo, Yayın Temelli Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı II: Televizyon, Yayın Temelli Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı III: Sinema, Açık hava (Outdoor) ve Transit Reklam Ortamlarında Metin Yazarlığı, Kurumsal Reklamcılık Uygulamaları, İnternet Reklamcılığı, Küresel Reklam Metin Yazarlığı, Reklam Yazarlığında Güncel Gelişmeler.					
REK2009	YÖNETİM ve ORGANİZASYON	3	0	3	5
Yönetimin Temel Kavramları, Yönetim Biliminin Gelişimi, Planlama ve Karar Verme, Örgütsel Yapı ve Tasarım, İşletme Yönetiminde Yetki, Güç ve Liderlik, Güdüleme, Örgütsel İletişim Kontrol, İşletme Yönetiminde Gruplar ve Takım (Ekip) Çalışması, Bilgi Yönetimi, Küresel İşletme Yönetimi, Kültürlerarası Yönetim, Yeni Örgütsel Tasarımlar, İşletme Sosyal Sorumluluğu ve Etik.					
ORT2001	ATATÜRK İLKELERİ ve İNKILAP TARİHİ I	2	0	2	3
Amaç ve Kavramlar, Osmanlı Devleti'nin Çöküş Süreci, Osmanlı Devleti'nde Yenileşme Hareketleri, II. Meşrutiyet Dönemi ve Fikir Hareketleri, Trablusgarp-Balkan Savaşları ve Sonraki Gelişmeler, I. Dünya Savaşı ve Osmanlı Devleti, I. Dünya Savaşı'nın Sona Ermesi, Milli Mücadele Dönemi, Mondros Mütarekesi ve Mustafa Kemal Paşa'nın Tavrı, Mustafa Kemal Paşa'nın Anadolu'ya Geçmesi, Erzurum Kongresi ve Yerel Kongreler, Sivas Kongresi ve Sonraki Gelişmeler, Heyet-İ Temsiliye'nin Ankara'daki Faaliyetleri ve Misak-ı Milli'nin İlanı, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin Açılması Yapısı ve Çalışmaları.					
ORT2003	TÜRK DİLİ I	2	0	2	3
Dil Nedir?, Dil ve Kültür, Dünya Dilleri ve Türk Dilinin Dünya Dilleri Arasındaki Yeri, Türk Dilinin Bugünkü Durumu ve Yayılma Alanları, Türkçe Ses Bilgisi, Türkçe Şekil Bilgisi I, Türkçe Şekil Bilgisi II, Sözcüklerin Sınıflandırılması, Kelime Grupları, Cümle Bilgisi, Yazılı ve Sözlü Anlatım Yanlıları, Yazım Kuralları, Noktalama Kuralları, Türk Dilinin Diğer Dillerle Etkileşimi.					
2.SINIF		IV. YARIYIL			
DERSİN KODU	DERSİN ADI	T	U	K	AKTS
REK2002	GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI	3	0	3	4
İletişim Kuramı ve Görsel İletişim, Görsel Algı ve Görsel Kültür, Görsel İletişim Tasarımı Tarihi, Türkiye'de Görsel İletişim Tasarımı Tarihi, Görsel Tasarımda Temel Tasarım Kavramı, İllüstrasyon Teknikleri ve Görsel İletişim, Görsel İletişim Tasarımı ve Temel Fotoğrafçılık, Tipografik İletişim, Görsel İletişim ve Yaratıcılık, Görsel İletişim ve Reklamcılık, Masaüstü Yayıncılık ve Görsel Tasarım, Görsel İletişim ve Ambalaj Tasarımı, Kurumun İletişimi Olarak Kurumsal Kimlik ve Tasarımı, Hareketli Görüntü Üretimi ve Teknikleri.					
REK2004	KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM	3	0	3	5
Kültür, Toplum ve İletişim, Kültürlerarası İletişim: Tanım ve İşleyiş, Kültürlerarası İletişimi Etkileyen Faktörler, Kültürlerarası İletişim Yeterliği, Kültürlerarası Çeşitlilik ve Psikoloji, Kültürlerarası Farklılaşma, Dil-Kültür Bağlantısı ve İletişim, Kültürlerarası İletişimde Enformasyon Sistemleri, Kültürel Boyutlar ve Değer Yönelimleri Yaklaşımları, İletişimsel Eylem Kuramı ve Kültürlerarasılık, Çalışma Yaşamında Kültürlerarasılık, Göç, Kültür ve Küreselleşme, Kültürel Miras Yönetimi, Küreselleşme, Medya ve Kültürlerarası İletişim.					
REK2006	MARKA YÖNETİMİ	3	0	3	6
Marka Kavramı ve Markalamanın Stratejik Önemi, Marka Yönetimi ve Markalama Stratejileri, Marka Kimliği ve Marka Kişiliği, Marka Konumlandırma, Marka Farkındalığı, Marka ve Algılanan Kalite, Marka Sadakati, Marka Çağrışımları, Marka Değeri ve Ölçümü, Marka Genişletme ve Ürün Hattının Genişletilmesi, Markanın Korunması, Global Marka Yönetimi, Hizmetlerde Markalama, Marka ile İlgili Güncel Kavram ve Örnek Olaylar.					
REK2008	MEDYA PLANLAMASI	3	0	3	5
Medya; Genel Çerçeve, Pazarlama ve Medya Planı, Pazarlama İletişimi ve Medya, Medyanın Sınıflandırılması, 1: Geleneksel Medya Medyanın Sınıflandırılması 2: Yeni Medya Medya Planlamanın Temel Kavramları, Medya Planlamada Aşamalar, Hedef Kitle Hedef Kitle Analizleri, Medya Karmasının Oluşturulması, Medya Satın Alma Kriterleri ve Bütçeleme, Medya Planlamada Ölçümleme I, Medya Planlamada Ölçümleme II, Örnek Medya Planı.					
REK2010	REKLAM KAMPANYALARI ve REKLAM UYGULAMALARI	3	0	3	4
Reklam Tanımları ve Reklamcılığın Sınıflandırılması, Reklam Kampanyası ve Kurumsal Hedefler, İletişim ve Etkinlik Stratejileri, Reklam Kampanyalarında Planlama ve Ortamlar, Reklam Kampanyalarının Oluşum Süreci ve Kreatif Yaklaşım, Reklam Mesajlarında Duyusal Pazarlama ve Reklam Stratejileri, Reklam Mesajlarında Algı, Bilişsel Süreçler ve Cinselliğin Kullanımı, Reklam Mesajlarında Mizah ve Eğlendirme, Reklamcılık Uygulamalarında Basılı Ortamlar ve Durağan Reklamlar, Reklamcılık Uygulamalarında Yayın Yapan ve Diğer Ortamlar, Reklam Kampanyalarında Araştırma, Reklam Kampanyalarının Etkililiği, Reklam Kampanyalarında Profesyonelleşme, Reklam Kampanyalarında Sosyal Sorumluluk ve Etik.					
ORT2002	ATATÜRK İLKELERİ ve İNKILAP TARİHİ II	2	0	2	3
Türkiye Büyük Millet Meclisinin Açılışından İtibaren Yaşanan Gelişmeler, Sakarya'dan Lozan'a Askerî ve Siyasî Gelişmeler, İstiklal Savaşı Sonrası Türk Siyasal Hayatında Yaşanan Gelişmeler, Cumhuriyetin İlanı Sonrası Çok Partili Hayata Geçiş Çabaları ve Bazı Önemli Gelişmeler, Türk Hukuk İnkılabı, Eğitim ve Kültür Hayatındaki Düzenlemeler, Sosyal Alanda Yapılan İnkılaplar, Ekonomik Alanda Yapılan İnkılaplar, Mustafa Kemal Atatürk Döneminde Dış Politikalar, Atatürk'ün Ölümünden Sonra Türkiye, II. Dünya Savaşı Süreci, Çok Partili Hayata Geçiş ve Demokrat Parti'nin Kurulması, Atatürk Düşünce Sistemi Çerçevesinde Atatürk İlkeleri, Bütünleyici İlkeler.					
ORT2004	TÜRK DİLİ II	2	0	2	3
Yazım Kuralları, Noktalama İşaretleri, İyi Bir Anlatımın Özellikleri ve Anlatım Bozuklukları, Yazılı Anlatım, Yazılı Anlatım Türleri, Yazılı Anlatım Türleri II, Yazılı Anlatım Türleri (Edebi Türler), Özet Çıkarma ve Not Alma Teknikleri, Sözlü Anlatım Etkili Konuşma, Beden Dili, Beden Dili II, Sözlü Anlatım Türleri, Sözlü Anlatım Türleri II.					

