

DERS BİLGİ FORMU

DERSİN ADI	REKLAMCILIK			
DERSİN SINIFI	11-12. Sınıf			
DERSİN SÜRESİ	Haftalık 3 Ders Saati			
DERSİN AMACI	Bu derste öğrenciye; reklam ortam ve araçlarını kullanma ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır.			
DERSİN ÖĞRENME KAZANIMLARI	1. Reklamı açıklayarak pazarlama karmasındaki yerini açıklar. 2. Reklam ortamlarını ve araçlarını kullanır. 3. Reklam sürecinin planlamasını, uygulamasını ve değerlendirmesi yapar.			
EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAM VE DONANIMI	Ortam: Sınıf, Uygulama Atölyesi Donanım: Etkileşimli tahta/projeksiyon, bilgisayar, yazıcı/tarayıcı, görsel/işitsel materyaller, ders içeriğine ilişkin kaynak kitaplar, basılı materyaller.			
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Bu derste; öğrencinin bilişsel alana ait performansı değerlendirilirken açık uçlu, çoktan seçmeli, doğru-yanlış, eşleştirme ve kısa cevaplı sorular gibi ölçme araçlarından uygun görülen kullanılabilir. Bunun yanı sıra, öğrencinin edinmiş olduğu bilgi ve becerileri ortaya koydukları çalışmalarını değerlendirmek üzere gözlem formu, kontrol listesi derecelendirme ölçeği ve dereceli puan anahtarı kullanılabilir. Ayrıca öz değerlendirme ve akran değerlendirme formları kullanılarak öğrencilerin, öğretimin süreç boyutuna katılmaları sağlanabilir.			
KAZANIM SAYISI VE SÜRE TABLOSU	ÖĞRENME BİRİMİ	KAZANIM SAYISI	DERS SAATİ	ORAN (%)
	Reklam	5	36	33
	Reklam Ortamları ve Araçları	2	39	36
	Reklam Süreci	3	33	31
TOPLAM		10	108	100

ÖĞRENME BİRİMİ	KONULAR	ÖĞRENME BİRİMİ KAZANIMLARI ve KAZANIM AÇIKLAMALARI
Reklam	1. Reklamın Tanımı ve Önemi 2. Reklamın Pazarlama Karması İçindeki Yeri 3. Reklam Türleri 4. Reklamın Roller 5. Reklamın İşlevleri	1. Reklamın tanımı yaparak önemini açıklar. • Reklam ile ilgili kavramların ve öneminin açıklanması sağlanır. • Reklama ait özellikleri sıralanması sağlanır. • AIDA modelinin özelliklerinin açıklar açıklanması sağlanır. • Reklamın iletişim amaçlarını listelemesi sağlanır. 2. Reklamın pazarlama karması içindeki yerini açıklar. 3. Reklam türlerini sınıflandırır. • Yapanlar açısından reklamı sınıflandırması sağlanır. • Amacına göre reklamı sınıflandırması sağlanır. • Hedef pazara göre reklam sınıflandırması sağlanır. • Mesajına göre reklam sınıflandırması sağlanır. • Zamanına göre reklam sınıflandırması sağlanır. • Coğrafi alana göre reklam sınıflandırması sağlanır. • Ödeme açısından reklam sınıflandırması sağlanır. • Kullanılan medyaya göre reklam hazırlaması sağlanır. • Reklam türlerini dijital ortamda sunum yapması sağlanır. • Seçilen iki reklam türünün karşılaştırmasını teknolojik araçlarla göstermesi sağlanır. 4. Reklamın rolleri sıralayarak açıklar. • Reklamın pazarlama rolü açıklanır. • Reklamın iletişim rolü açıklanır. • Reklamın ekonomik rolü açıklanır. • Reklamın sosyal rolü açıklanır. • Reklamda aldatmaca açıklanır. • Bilinçaltı reklam miti açıklanır. • Reklamın değerler sistemi üzerindeki etkisi açıklanır. 5. Reklamın işlevlerini açıklar. • Bilgilendirme işlevi açıklanır. • Etkileme işlevi açıklanır. • Hatırlatma ve belirginliği artırma işlevi açıklanır. • Değer katma işlevi açıklanır. • Diğer şirket çabalarını destekleme işlevi açıklanır.
Reklam Ortamları ve Araçları	1. Reklam Ortamları 2. Reklam Araçları	1. Reklam ortamlarını açıklar. • Yayın yapan reklam ortamları açıklanır. • Basılı reklam ortamları açıklanır. • Açık hava ve transit reklam ortamları açıklanır. • Satış yeri reklam uygulamaları (P.O.P.) açıklanır. • Bir reklam ortamı olarak sinema açıklanır. • Bir reklam ortamı olarak internet açıklanır. • Sosyal medya ortamı açıklanır. • Blog ve mikroblog açıklanır. • Medya paylaşım siteleri açıklanır. • Online sosyal ağlar açıklanır. • Sanal dünyalar açıklanır. • Forum ve Wiki iletişim açıklanır. • Mobil reklamcılık açıklanır.

		2. Reklam araçlarını sıralayarak açıkla. - Geleneksel reklam araçları açıklanır ve örneklendirilir. - Yeni reklam araçları açıklanır ve örneklendirilir. - Dijital reklamcılık araçları açıklanır ve örneklendirilir.
Reklam Süreci	1. Reklam Planlaması Süreci 2. Reklam Uygulama, Yayın ve Ölçümleme 3. Reklam Değerlendirme	1. Reklam planlaması sürecini açıkla. - Pazarlama dinamikleri ve reklamdaki beklentiler açıklanır. - Durum analizi açıklanır. - Ürün/hizmet, marka veya kuruluşun analizi açıklanır. - Rakipler/rekabet ve pazarın analizi açıklanır. - Hedef kitle analizi açıklanır. - Araştırma açıklanır. - Reklam hedeflerinin belirlenmesi açıklanır. - Reklamın iletişim hedefi açıklanır. - Reklamın satış hedefi açıklanır. - Reklamın mesaj stratejisi açıklanır. - Medya planlaması açıklanır. 2. Reklam uygulama, yayın ve ölçümlemeyi açıkla. - Reklam etkinliğinin ölçülmesinde kullanılacak yöntemleri belirleyerek panoda sergilemesi sağlanır. - Reklam öncesi etkinlik ölçme yöntemlerini belirlemesi sağlanır. - Reklam sonrası etkinlik ölçme yöntemlerini sıralaması sağlanır. - Reklam etkinliğinin ölçülmesinde karşılaşılan güçlükleri açıklaması sağlanır. - Reyting ölçümleri koşullarını araştırması sağlanır. - Reklam etkinliği ölçümü için anket hazırlaması sağlanır. - Hazırladığı anketi grup arkadaşlarına uygulaması sağlanır. - Reklam etkinliği ölçümü için hazırladığı anket sonuçlarını arkadaşları ile paylaşması sağlanır. 3. Reklam değerlendirmesini yapar. - Reklam araştırması ile ilgili kavramları açıklaması sağlanır. - Reklam araştırmalarının çeşitlerini şema üzerinde sıralaması sağlanır.

UYGULAMA FAALİYETLERİ/TEMRİNLER

Uygulama faaliyeti/temrinler; ders kazanımına uygun olarak okulun fiziki kapasitesi ve donatımı, öğrenci sayısı göz önünde bulundurularak en fazla uygulama faaliyeti/temrini yaptıracak şekilde meslek alan zümre öğretmenler kurulu tarafından seçilir. Meslek alan zümre öğretmenleri tarafından aşağıda yer alan temrinlerden farklı temrinlerin uygulanmasına karar verilebilir.

Reklam Süreci	1. Reklam ile ilgili kavram haritası oluşturur. 2. Örnek vakalarda reklamın önemini inceler. 3. Reklamın pazarlama karmasındaki yerini örnek vakalarda inceler. 4. Reklam türleriyle ilgili şema hazırlar. 5. Yazılı ve görsel basında yer alan reklamları sınıf ortamında türlerine göre inceler. 6. Reklamın rollerini gösteren şema oluşturur. 7. Reklamın işlevleriyle ilgili örnek olaylar yazar.
Reklam Ortamları ve Araçları	1. Reklam ortamlarıyla ilgili görsel/ işitsel materyal hazırlar. 2. Reklam ortamlarıyla ilgili örnek olaylar inceler. 3. Reklam araçlarıyla ilgili görsel/ işitsel materyal hazırlar. 4. Reklam araçlarının kullanıldığı örnek vakaları inceler.
Reklam Süreci	1. Herhangi bir işletmenin reklam planlama sürecini nasıl yaptığı ile ilgili bir görüşme yapar. 2. Örnek vakada reklam planlama süreci işlemlerini gruplandırır. 3. Herhangi bir işletmenin reklam uygulama, yayınlama ve ölçümleme işlemlerini nasıl yaptığı ile ilgili bir görüşme yapar. 4. Reklam etkinliğinin ölçülmesinde kullanılacak yöntemleri belirler ve panoda sergiler. 5. Örnek bir vakada reklam öncesi, reklam sırası ve reklam sonrası ölçümlemeyi inceler. 6. Örnek vakalarda reklamın etkilerini değerlendirir. 7. Reklam etkinliğini ölçmek için anket düzenler, uygular ve sonuçlarını değerlendirir.

DERSİN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

- Bu derste öğrencilere yaptığı çalışmalara sınıf arkadaşlarına sunmasına fırsat verilerek iletişim becerilerinin gelişmesi sağlanmalıdır.
- Dersin işlenişinde iş sağlığı ve güvenliğine ilişkin, risk ve tehlike oluşturacak her türlü duruma karşı tedbirler alınmalıdır.
- Pano hazırlama çalışmanızda kesme ve batma ihtimali olan donanımları dikkatli kullanınız.
- Bilgisayar ile çalışırken ergonomik gerekliliklere dikkat ettiğinizden ve bilgisayar mesafesi oturmuş ve duruş şartlarınızı doğru biçimde ayarladığınızı kontrol ediniz.
- Ortamda kesici, delici eşyalar olamamasına, elektrik kablolarının, elektronik aletlerin güvenli ve çalışır olmasına dikkat ediniz. Ortamda gerekli iş güvenliği tedbirlerini alınız.
- Sınıf veya atölye ortamında uygulama faaliyetine ait bilgiler öğrencilere uygulama öncesi anlatılmalı, tüm öğrenme kazanımları için bilgi ve becerilerin öğrenciye tam olarak kazandırılması amacıyla birden fazla uygulama faaliyeti yaptırılmalıdır.
- Bu etkinliklerde düz anlatım, sunum yapma, soru cevap, örnek olay incelemesi, yaparak ve yaşayarak öğrenme, araştırma, inceleme, problem çözme, uygulama, gezi yöntemi vb. yöntem ve teknikler kullanılabilir.
- Bu dersin işleniş sırasında meslek ahlak ve hukukuna uymak, ticaret hukukuna uymak, rekabet kurallarına uymak, çıkarıcı olmamak, hedef belirlemek, ölçülü olma, zamana riayet, yardımlaşma ve birlikte iş yapabilme, üretken olma, orijinal tasarımlar üretme, yeni fikirler üretmek, meraklı ve sabırlı olma dürüst olmak, empati yapmak, toplumsal ahlak, yeniliğe açık olmak, çevre bilinci ve duyarlılık, toplum bilincini geliştirmek, misafir ağırlama, güler yüzlü olma ve sözü yerinde kullanma değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir.