

REKLAMCI

TANIM

Reklamcı, herhangi bir ürünü ve hizmeti özellikleri ile tanıtarak kişilerin etkilenmelerine ve satın almaya istekli hale gelmelerine çalışan kişidir.

A- GÖREVLER

İş süreçlerinde, iş sağlığı ve güvenliği kurallarına, çevre koruma düzenlemelerine, mesleğin verimlilik ve kalite gerekliliklerine uygun olarak;

- İş organizasyonu yapar,
- Satılması istenen mal veya hizmetin niteliklerini belirler,
- Bu mal veya hizmete kimlerin ihtiyaç duyabileceği konusunda ön araştırma yapar,
- Bu gruplara malı tanıtmak için etkileyici tanıtım malzemelerinin tasarımlarını hazırlar (gazete, dergi, ilan metinleri, grafik tasarımları, afiş, billboard, yol panosu, TV. sinema filmi, senaryo, görüntü ve sözleri, radyo spotları vb.),
- Reklama yönelik olarak hazırlanan kompozisyonların basımı, çekimi, yayını ve benzeri çalışmaları kontrol eder ve çalışmaların hedef kitleye ulaşmasını sağlar,
- Kitaplar, dergiler, afişler, grafikler, broşürler ve benzeri reklam araçlarında kullanılmak üzere çizim tasarımları yapar veya yapılmasını sağlar,
- Mal veya hizmetin içeriğine uygun olarak reklam faaliyetlerini konferans ve seminerler gibi halkla ilişkiler faaliyetleri ile destekler,
- Açık hava reklam sunumlarını (stadyum, pano, toplu taşıt araçları) gerçekleştirmek üzere çalışmalarda bulunur,
- Yürütülen reklam kampanyaları ve maliyeti hakkında müşterileri bilgilendirir,
- Her türlü reklam çalışmalarında hedef kitleye ulaşıp ulaşılmadığı konusunda araştırmalar yapar, gerekli önlemleri alır, reklam etkinliği ölçümleri yapar.
- Mesleki gelişim faaliyetlerinde bulunur.

KULLANILAN ARAÇ GEREÇ VE EKİPMAN

- Grafik tasarım ve uygulamaya özgü özel amaçlı bilgisayar,
- Projeksiyon cihazı, fotoğraf makinesi, karanlık oda malzemeleri,
- Fotokopi makinesi, telefon, ses kayıt cihazı, video, TV,
- Kırtasiye malzemeleri,
- Boya malzemeleri,
- Kitap, broşür, dergi, afiş gibi basılı yayınlar,
- Araştırma anketleri,
- Çizim masası vb.

REKLAMCI

B- MESLEĞİN GEREKTİRDİĞİ GENEL ÖZELLİKLER

Reklamcı olmak isteyenlerin;

- Genel kültür seviyesi yüksek,
- Sosyoloji, psikoloji ve sanata ilgili, bu alanlarda başarılı,
- Yaratıcı,
- Düşüncelerini söz ve yazı ile başkalarına etkili bir biçimde aktarabilen,
- Yeniliklere açık ve başkaları ile işbirliği yapabilen kişiler olmaları gerekir.

C- ÇALIŞMA ORTAMI VE KOŞULLARI

Reklamcılar kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşlarına ait reklam, tanıtım, halkla ilişkiler bölümlerinde, medya kuruluşlarında ve reklam ajanslarında çalışırlar. Çalışma ortamı çok hareketlidir. İşyeri genellikle ileri teknoloji iletişim araçları, reklam ve grafik tasarımına özgü bilgisayarlar ile donatılmış iyi aydınlatılmış, rahat ve temizdir. Çalışma saatleri tam gün olup, hafta sonu veya gece çalışmak, seyahat etmek gerekebilir. Reklamcı çalışırken mal ve hizmet tanıtımında bulunan firma sahipleri ve ilgili ünite yöneticileriyle, reklam ajansı sahip ve yöneticileriyle, araştırmacılar, senaristler, casting (oyuncu) ajansları, matbaacılarla, basın yayın kuruluşları, reklam birimleri personeliyle, anketörler, grafikerler, fotoğrafçılar ve çekimlerde stüdyo şefleri ile meslektaşlarıyla iletişimde bulunur. Reklamcılık tek başına olduğu kadar grup halinde işbirliği içinde çalışmayı da gerektirmektedir.

REKLAMCI

D- MESLEK EĞİTİMİ

MESLEK EĞİTİMİNİN VERİLDİĞİ YERLER

Bu mesleğin eğitimi üniversitelere bağlı fakültelerin “Reklamcılık” Bölümlerinde verilmektedir.

Ayrıca, meslek yüksekokullarında ön lisans düzeyinde “Reklamcılık” bölümünde mesleğin eğitimi verilmektedir.

MESLEK EĞİTİMİNE GİRİŞ KOŞULLARI

Mesleğin eğitimine girebilmek için,

- Lise veya dengi okul mezunu olmak,
- YKS (Yüksek Öğretim Kurumları Sınavı) kılavuzunda belirtilen giriş koşullarını taşımak,
- Meslek Yüksekokulları ile Açıköğretim Önlisans Programlarının; Dikey Geçiş Sınavı (DGS) Kılavuzunda belirtilen bölümlerinden mezun olanlar, ÖSYM tarafından açılan Dikey Geçiş Sınavı’nda başarılı oldukları takdirde “Reklamcılık” lisans programına dikey geçiş yapabilirler.

EĞİTİMİN SÜRESİ VE İÇERİĞİ

Mesleğin eğitim süresi 4 yıldır. Eğitim süresince Reklamcılığın Temelleri, Stratejik Planlama, Pazarlama İletişimi, İletişim Tasarımı, Marka Yönetimi, Metin Yazarlığı, Tüketici Davranışı, Pazarlama ve İletişim, Reklam Grafiği, İletişim ve Toplum ve İletişim Becerileri gibi dersler verilmektedir.

Öğrencilere, reklam kampanyalarının düzenlenmesi, çeşitli sunum teknikleri, reklam yazarlığı ve ressamlığı ile benzeri konularda bilgi, beceri ve iş alışkanlıkları kazandırılır.

EĞİTİM SONUNDA ALINAN BELGE-DİPLOMA

Eğitim sonunda lisans diploması alınır.

REKLAMCI

E- ÇALIŞMA ALANLARI VE İŞ BULMA OLANAKLARI

Reklamcılar, kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşlarının "Halkla İlişkiler" bölümlerinde, reklam ajanslarında çalışabilirler.

Mal ve hizmetlerin çeşitlenmesi sonucu rekabetin artması, reklamcılık sektörüne büyük ölçüde gereksinim duyulmasına neden olmuştur. Bu nedenden ötürü, reklamcıların iş bulma olanakları oldukça yüksektir. Bayanların bu meslekte çalışma oranları yüksektir.

Reklamcılar eğitimleri süresince edindikleri bilgi, beceri ve iş alışkanlıklarını; fotoğrafçılık ve grafikerlik alanlarındaki çalışmalara yönlendirebilirler.

F- EĞİTİM SÜRESİNCE VE EĞİTİM SONRASI KAZANÇ

EĞİTİM SÜRESİNCE

Meslek eğitimleri süresince Kredi ve Yurtlar Genel Müdürlüğünün vermiş olduğu öğrenim kredisi ve yurt hizmetlerinden yararlanabilirler.

Ayrıca, çeşitli resmi ve özel kurum/kuruluşlar tarafından sağlanan burslardan faydalanabilirler.

EĞİTİM SONRASI

Uzmanlık alanları ve kampanya başarıları doğrultusunda ücret farklılık göstermektedir.

REKLAMCI

G- MESLEKTE İLERLEME

MESLEKİ EĞİTİMDE İLERLEME

Mezunlar yüksek lisans ve akademik kariyer yapabilirler. Akademik kariyerlerine uygun olarak yükseköğretim kurumlarında araştırma görevlisi, doktor, doçent, profesör gibi unvanlara yükselme olanağına sahiptirler.

İŞ HAYATINDA İLERLEME

Reklamcılar; radyo, televizyon gibi yayın araçlarıyla veya basılı kaynakları tanıtım çalışmalarında uzmanlaşabilir, sadece konferans ve seminer düzenleme çalışmalarına ağırlık verebilir veya giyim, gıda gibi tek bir sektöre ait reklam kampanyaları hazırlama çalışmalarına yönelebilirler.

Reklamcılık alanında düzenlenen seminerlere katılarak mesleki gelişim sağlanabilmektedir.

BENZER MESLEKLER

- Halkla İlişkiler Uzmanı,
- Pazarlamacı.
- Sosyal Medya Uzmanı

REKLAMCI

H- EK BİLGİLER

Reklam kurumların, pazara sürdükleri ürün ve hizmetlerinin hedef kitleye duyurulması, tanıtılması, hedef kitlede olumlu etki, imaj, satın alma ve kullanma arzusu yaratılması, hedef kitlenin mal ve hizmetleri yeniden satın almasının teşvik edilmesi amacı ile kişisel olmayan yöntemlerle, reklam ortamlarında ve bu ortamlara (Medya) bir bedel ödemek suretiyle, kurum, ürün ve hizmetlere ilişkin mesajların geniş kitlelere aktarılması faaliyetleridir.

I- KAYNAKÇA

- Meslek Elemanları,
- Öğretim görevlileri,
- ÖSYM Üniversiteler Yükseköğretim Programları ve Meslekler Rehberi – 2000,
- Uluslararası Standart Meslek Sınıflaması, ISCO-08,
- Meslek Danışma Komisyonu (MEDAK) üyesi kuruluşlar.

İ- AYRINTILI BİLGİ İÇİN

- İlgili eğitim kurumları,
- <https://kariyerkapisi.cbiko.gov.tr/>
- ÜNİ-VERİ <https://www.cbiko.gov.tr/projeler/uni-veri>
- Türkiye İş Kurumu web sayfası <https://www.iskur.gov.tr>
- Mesleğim Hayatım web sitesi <https://meslegimhayatim.meb.gov.tr/>
- T.C. Ölçme Seçme ve Yerleştirme Merkezi Başkanlığı <http://osym.gov.tr/>
- Bünyesinde “Meslek Bilgi Merkezi” bulunan Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlükleri/Hizmet Merkezleri.

Bu dosya; meslek seçme aşamasında olan gençleri bilgilendirme amaçlı olup, meslek mensupları, işyerleri, mesleğin eğitim yerleri ve meslek odalarından bilgi alınarak oluşturulmuştur.