

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Reklamcılık Projesi	AD 442	Bahar	06+00+00	Zorunlu	6	12
Akademik Birim:	Reklamcılık					
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Perrin ÖGÜN EMRE					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin Yedi dönem boyunca öğrenilen bilgileri nasıl etkili ve yaratıcı bir reklam projesi olarak uygulamayı öğrenmeleri Gerçek bir marka için çoklu mecra reklam kampanyası üreterek deneyim kazanmaları Bir reklam kampanyasını gerçek bir reklam ajansında yayınlanacakmış gibi başından sonuna kadar olan süreci yönetme becerilerini geliştirmeleri, beklenmektedir.					
Dersin İçeriği:	Daha önceden belirlenmiş bir marka için piyasa araştırması yapmak, markanın piyasadaki pozisyonunu göz önünde bulundurarak bir strateji geliştirmek, stratejisiyle ilgili kısa ve alakalı yazmak, özetle marka için “büyük bir fikir” yaratmak, bu “fikri” televizyon, radyo, dış, baskı, dijital platform ve diğer mecralara uygulama, 14 haftada tamamlanan reklam kampanyasını yaratıcı bir şekilde jüri önünde sunmak					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	1- Nasıl gerçek bir marka için 360 derece reklam kampanyası hazırlaması gerektiğine dair strateji geliştirebilmek 2- Bir reklam kampanyasındaki her bir süreci yönetebilmek 3- Çeşitli medya platformlarında reklam yaratacak yeterli teknik ve sanatsal becerileri geliştirmek 4- Reklam ürünlerinin yönetiminin, üretim sonrasının ve seslendirmesinin sorumluluğunu alarak uygulayabilmek 5- Sunum becerilerini geliştirmek					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	sunumlar, tartışmalar, final projesi					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Giriş: Bitirme projesi için marka seçme	
2	Öğrenciler tarafından seçilen markanın onaylanması ve markanın piyasa analizinin değerlendirilmesi	Dönem boyunca üzerinde çalışılacak markayı seçmek, marka üzerine araştırma yapmak, ürün, rakipler ve piyasa, SWOT hazırlamak
3	Piyasa araştırması ve SWOT sunumu	Kabul edilen piyasa yerindeki stratejisiyle ilgili markanın özetini yazmak
4	Özeti sunma ve onay alma	Onaylanmış özet için alternatif “büyük fikirler” yaratma
5	Alternatiflerin içinden en yaratıcı fikri seçme	Bu fikri önce televizyona sonra diğer mecralar uygulama
6	Bütün mecralar için en iyi fikirlerden uygulananların değerlendirilmesi	Kabul edilmiş uygulanan fikirlerin detaylarına odaklanma ve kabul edilmemişlere yeni çözümler düşünme
7	Uygulanmış ya da uygulanmamış yeni çözümlerin onaylanması	Ürün hazırlıklarına başlanması. Resimli taslaklar, çekim taslakları, basılı plan, radyo metinleri, TV senaryoları vs.

8	Ürün hazırlıklarının onaylanması	Oyuncu kadrosu, sahne, seslendirme, müzik, dublaj, örneklemeler vs.
9	Ürün unsurlarının onaylanması	TV reklamı çekmek, kabaca düzenlemek
10	TV filminin onaylanması ve gerekliyse revizyon verilmesi	Radio, baskı ve dış materyallerin üretimi
11	Radio, baskı ve dış sanat işlerinin onaylanması ve gerekliyse revizyon verilmesi	Dijital ve diğer alternatif mecralar için fikir üretilmesi. Etkinlik ve ortam v.s gibi
12	Dijital ve alternatif medya materyallerinin onaylanması ve gerekliyse revizyon verilmesi	Öğretmenin verdiği revizyonları yaparak üretim sürecinin bitmesi
13	Son onay	Yaratıcı reklam kampanyası için sunum hazırlama
14	Fikir sunumunun değerlendirilmesi ve sunumu daha iyi yapmak için tavsiye verilmesi	

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Krevolin, Richard (2003) How to Adapt Anything into a Screenplay Aitchison, Jim (1999) Cutting Edge Advertising
Howard, David and Edward Mabley (1996) The Tools of Screenwriting Bendinger, Bruce (1993) The Copy Workshop
Book Barez Brown, Chris (2012) How to Get Kickass Ideas
Erener, Serdar. Nasıl Oluyor da Oluyor?

DİĞER KAYNAKLAR

Yok

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	20
Sunum/Jüri	2	40
Final Sınavı	1	40
Total:	17	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	6	84
Proje	16	7	112

Ödev	16	5	80
Sunum/Jüriye Hazırlık	2	5	10
Final Sınavı	1	14	14
Toplam İş Yüğü (saat):			300

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10
OC1	2	3	3	3	3		3			
OC2	2	2	2	2	2		2			
OC3	3	3	3	3						
OC4	3	2	3	3	3					
OC5	3		3							

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek