DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Görsel Mağazacılık ve Perakende Tasarımı	IAR 447	Güz	03+00+00	Seçmeli	3	5

Akademik Birim:	İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim
Ön Koşullar	-
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Lisans
Dersin Koordinatörü:	- -
Dersin Amacı:	Bu dersin amacı; • Ticari mekanların tasarımını öğrenmek, • Konsepte uygun stand ve vitrin tasarlamak, • Ticari mekanlarda malzeme, renk, aydınlatma kullanımını öğrenmek, • Sınırlı bir alanda algı yaratmak, • Marka kimliğine uygun tasarım yapabilmek, • Benzer konularda bilgi edinmek.
Dersin İçeriği:	Görsel mağazacılık nedir, perakende alanı tasarımlarında görsel mağazacılık, müşteri alışveriş psikolojisi ve fizyolojisi, mağazacılıkta 5 duyunun kullanımı, görsel mağazacılığın temel kuralları; mağazada ilk izlenimin ve algılama, görsel mağazacılıkta geometrinin kullanımı, renklerin anlamları ve işlevsel kullanımı, aydınlatma, malzeme kullanımı ve alışverişe etkileri, vitrin ve manken düzenlemelerinde yaratıcılık ve işlevsellik, ürün yerleştirme sistematiği, çeşitli sergileme elemanları ve alanları, müşteri trafiği oluşturma esasları, marka–görsel mağazacılık ilişkisi, değişen perakende trendleri ve görsel mağazacılığa etkileri.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** Ticari mekanların, stantların, vitrinlerin tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olmak • **2-** Perakende sektörü ile ilgili temel kavramlar hakkında deneyim sahibi olmak. • **3-** Mağaza tasarımı, vitrin tasarımı, stant tasarımını farklı tasarım parametrelerine göre birbirinden ayırt edebilmek ve bütünleştirebilmek. • **4-** Ticari mekanların, stantların, vitrinlerin tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olmak Perakende sektörü ile ilgili temel kavramlar hakkında deneyim sahibi olmak. Mağaza tasarımı, vitrin tasarımı, stant tasarımını farklı tasarım parametrelerine göre birbirinden ayırt edebilmek ve bütünleştirebilmek. Mağaza tasarımını, stant tasarımını, vitrin tasarımını analiz ederek örneklerden olumlu ve olumsuz çıkarımlarda bulunabilmek.
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders anlatımı, grup projeleri, sunumlar, ders içi egzersizler

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	• Derse giriş • Kavramlar: Ticari, sergileme, mağaza, marka, stand, kimlik, vitrin, perakende • Ticari mekanların ve ticari mekan tasarımının tarihi	-
2	• Marka ve kimlik • Perakende sektörleri • Sergi grafikleri: Yazı fontu, görseller, iletişim, grafik ürünler, yönlendirme	Sektör ve markaların araştırılması ve analiz edilmesi
3	• Perakende alanları • Perakende sergilemeleri: Expolar, fuarlar, ticari sergileme	• Fuarları araştırma ve analiz etme • Bireysel projeler
4	• Perakende ortamları Ödev 1 sunumları: Stand tasarımı örneklerinin analizi	• Fuarları araştırma ve analiz etme • Bireysel projeler

5	Standlarda mekan yerleşimi ve stand elemanları	Bireysel projeler
6	TESLİM VE SUNUM: Marka kimliği ve fuar standı tasarımı	Teslim
7	• Alış veriş ve vitrin tasarımı tarihi • Satışta vitrinin rolü • Vitrin tasarımının amaçları • Vitrin tasarımı çeşitleri	Vitrinlerin araştırılması ve analiz edilmesi
8	• Ödev 2 sunumları: Vitrin tasarımı örneklerinin analizi • Vitrin tasarımında görsel tema • Vitrin tasarımında kompozisyon • Vitrin tasarımında ana karakteristik özellikler • Ürün kompozisyonunun ana özellikleri	Bireysel projeler
9	• Vitrin tasarımında basitlik • Vitrin tasarımında renkler, malzeme, aydınlatma, grafikler	Bireysel projeler
10	TESLİM VE SUNUM: Vitrin tasarımı (3 alternatif)	Teslim
11	• Mağaza mekan düzenleme yöntemleri -Perakende organizasyonunun ilkeleri -Mağazacılık -Servis ve yardımcı alan Stüdyo Çalışması ve proje kritikleri MODÜL 3 – Mağaza tasarımı (PTE) Bireysel projeler	Bireysel projeler
12	• Tasarım detayları: Malzeme, renk, ışık Stüdyo Çalışması ve proje kritikleri	Bireysel projeler
13	• Tasarım detayları: Armatürler ve donatılar Stüdyo Çalışması ve proje kritikleri	Bireysel projeler
14	Stüdyo Çalışması ve proje kritikleri	Bireysel projeler

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

• Bayraktar, A. (2011). Görsel Mağazacılıkta Vitrinlerin Önemi; Beta Basım Yayım.
• Georgi, W., Moreno, S. (2019). Powershop 6: Retail Design Now. Frame Publishers.
• Lasc, A. I., Lara-Betancourt, P., Petty, M. M. (2018). Architectures of Display: Department Stores and Modern Retail. Routledge.
• Locker, P. (2010). Basics Interior Design 02: Exhibition Design. AVA Publishing.
• Locker, P. (2013). İç mekan tasarımında stant tasarımı ve sergileme (S. Haskatar (Ed.)). Literatür Yayınları.
• Mesher, L. (2010). Basics Interior Design 01: Retail Design. AVA Publishing.
• Mesher, L. (2013). İç mekan tasarımında mağaza tasarımı. Literatür Yayınları.
• Moreno, S. (2005). Forefront: The Culture of Shop Window Design. Birkhäuser.
• Soto, P. (2004). Shop Window Design. Avedition.

DİĞER KAYNAKLAR

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Ödev	2	10

Sunum/Jüri	2	50
Final Sınavı	1	40
Total:	**5**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yükü (saat)
Proje	2	10	20
Sunum/Jüriye Hazırlık	2	30	60
Final Sınavı	1	45	45
Toplam İş Yükü (saat):			**125**

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

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

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek