

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Reklam Yapımı	AD 316	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	6
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: 1.Reklam üretiminin yapısına ve bu yapıyı inşa eden faktörlerin işlevlerine ilişkin kısa bir bilgi sahibi olması 2.Bir reklam ajansının başından sonuna kadar nasıl yaratıcı bir kampanya yürütmesiyle ilgili genel bir bilgi birikimi edinmesi 3.Bir fikrin kıvılcımıyla nasıl bir büyü yaratıldığına ve o büyüden nasıl başka araçlar üretildiğine dair genel bir anlayış geliştirmesi beklenmektedir					
Dersin İçeriği:	Bu ders, basım üretimindeki unsurların nasıl ele alınacağı; televizyon reklamının nasıl üretileceği, dijital medyada kullanıcı deneyimi tasarımının nasıl yapılacağı ve üretim becerilerinin nasıl kullanılacağı gibi reklam üretimi sektöründeki "nasıl yapılır" sorularına cevap niteliğinde kısa bilgiler içermektedir. Sektörde çalışan ziyaretçi konuşmacılarımız sayesinde, öğrencilerimiz reklam üretimini birçok farklı boyutuyla değerlendirebilmektedir.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• 1- Pazarlama ve reklam kampanyalarının stratejik ve politik unsurları hakkında bir karara varmak için pazar veya müşteri bilgilerini kullanacak yetiye sahip olmak • 2- İletişim kampanyalarının yönetiminde var olan konulara ilişkin pekiştirilmiş bir anlayış geliştirmek • 3- Reklamların üretiminde kullanılan araçlar ve tekniklerden yararlanabilmek • 4- İletişim materyalleri geliştirirken veya iletişim kampanyaları oluştururken/yönetirken yaratıcı düşünme yetisine sahip olmak • 5- İleri düzeyde eleştirel düşünme becerisine erişebilecek, • 6- Takımlarda işbirliğine yatkın çalışabilecek ve gerektiğinde takım lideri olabilecek seviyeye gelmek • 7- Reklamcılık sektöründeki profesyonellerin etik ve sosyal sorumluluklarına hassasiyet ve saygı gösterebilecek seviyeye ulaşmak					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders okumaları ve notları					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Ders Planı	
2	Görsel Etki Yaratma	
3	Sanat Yönetmeni kimdir	
4	Baskı Sanatı Yönetmenliği	
5	Basılı Ürünler	
6	Televizyon Sanat Yönetmenliği	
7	Televizyon Reklamlarının Türleri	
8	Televizyon Yapımının Süreci	
9	Değerlendirme	
10	Dijital Medya Dinamikleri	

11	Kullanıcı Deneyimi Tasarımı	
12	Mobil Reklam Yapımı	
13	Online Video Pazarlama	
14	Final Sınavının Değerlendirilmesi	

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Yok

DİĞER KAYNAKLAR

Yok

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	15
Proje	1	15
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	30
Final Sınavı	1	40
Total:	17	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Proje	1	24	24
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	34	34
Final Sınavı	1	50	50
Toplam İş Yüğü (saat):			150

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									3	
OC2								3		
OC3							3			
OC4						3				
OC5										
OC6				3						
OC7					3					

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek