Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**GRA506 - Reklam Tasarımı Proje II**
Ders Türü	II.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**6.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Seçmeli Dersler
Öğretim Elemanları	PROFESÖR TEVFİK FİKRET UÇAR

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir.
Dersin Verildiği Yer	Okulda
Kullanılan Eğitim Platformları	Yüz Yüze
Önkoşullar	Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersle ilişkili önerilen başka dersler bulunmamaktadır.
Önerilen Kaynaklar	1. Altstiel, T., Grow, J. M., Augustine, D., & Jenkins, J. L. (2022). Advertising creative: Strategy, copy, and design (6th ed.). SAGE Publications. Sage Publications2. Pricken, M. (2008). Creative advertising: Ideas and techniques from the world's best campaigns (Rev. ed.). Thames & Hudson. WorldCat.org
Staj & Uygulama	Bu ders için uygun değildir.
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin Reklam Tasarımı Proje I dersinde edindikleri bilgi ve becerileri ileri düzeye taşıyarak reklam iletişiminde stratejik, kavramsal ve yaratıcı yaklaşımlar geliştirmelerini sağlamaktır. Ders kapsamında öğrencilerin hedef kitle, marka kimliği, reklam stratejisi ve görsel iletişim arasındaki ilişkileri derinlemesine analiz etmeleri, özgün reklam fikirlerini bütüncül ve etkili tasarım çözümlerine dönüştürmeleri hedeflenmektedir. Alegorik, metaforik ve sembolik anlatım yöntemlerinin daha ileri düzeyde kullanılması, farklı görsel iletişim mecralarının olanaklarının araştırılması ve reklam mesajlarının yaratıcı, tutarlı ve etkili biçimde yapılandırılması amaçlanmaktadır. Öğrencilerin araştırma, kavramsallaştırma, görsel problem çözme ve tasarım geliştirme süreçlerini bağımsız olarak yönetmeleri, ürettikleri çözümleri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeleri beklenmektedir. Böylece öğrencilerin yalnızca tekil reklam tasarımları üretmeleri değil, güçlü bir yaratıcı fikri farklı iletişim ortamlarına uyarlayabilen, marka değerini destekleyen, özgün ve bütüncül reklam projeleri geliştirebilen tasarımcılar olarak yetkinleşmeleri hedeflenmektedir.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Reklamcılık hakkında tanıtım	
2. hafta		Reklam kampanyaları hakkında grup tartısması.	
3. hafta		Reklam kampanyaları hakkında grup tartısması.	
4. hafta		Ogrencilerin kendi buldukları Reklam kampanyaları hakkında tartısmalar	
5. hafta		Ogrencilerin kendi bulduklar? Reklam kampanyaları hakkında tartısmalar	
6. hafta		Projenin verilisi, on bilgi, parametrelerin kullanılmasının öğretilmesi.	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
7. hafta		Ilk fikir eskizlerinin degerlendirmesi.	
8. hafta		Ilk fikir eskizlerinin degerlendirmesi.	
9. hafta		Marker eskizlerinin degerlendirmesi.	
10. hafta		Goruntu islem calısması, gorsellerin islenmesi.	
11. hafta		Reklam taslaklarının olusturulmasi	
12. hafta		Reklam taslaklarının olusturulmasi	
13. hafta		Tum projelerin ekran sunumu ve grup elestiri seansı	
14. hafta		Sunum ve proje degerlendirmesi	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Aldığı reklam özbilgisini analiz edebilecek ve yaratıcı bir projede kullanabiliecek

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

✓ Nitelikli Eğitim

Dersin Teması

✓ Medya, Tasarım ve Yaratıcı Sanatlar

AKTS İş Yükü

Etkinlik	Süre (Saat)	Sayı	İş Yükü
Teorik Derse Katılım	3.00	3	9
Sınıf Dışı Çalışma (Ön Hazırlık & Pekiştirme Amaçlı)	0.00	0	0
Ödevler	10.00	9	90
Proje - Rapor - Sunum Hazırlama	0.00	0	0
Ara Sınav Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0.00	0	0
Final Sınavı Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0.00	0	0
Uygulama (Laboratuvar, Müzik/Enstrüman Uygulaması, Atölye/Saha Çalışması vb.)	7.00	7	49
Staj Uygulaması	0.00	0	0
		Hesaplanan AKTS	**6.0**

Ölçme ve Değerlendirme

✓ Proje ✓ Ödev