

KAMPANYA GÖRSEL TASARIMI
Ders İzence Formu

Diploma Programı Görsel İletişim Tasarımı Bölümü				Kodu: GRT 453				
				Dersin Adı: KAMPANYA GÖRSEL TASARIMI				
Yarıyıl	Teorik Kredisi	Uygulama Kredisi	Laboratuvar Kredisi	Toplam Saat	Kredisi	AKTS	Dersin Anlatıldığı Dil	Dersin Türü
7	3	0	0	3	3	5	Türkçe	Seçmeli
Derse Kabul Koşulları:								
Devam Zorunluluğu		Teorik			Uygulama		Laboratuvar	
		70			70		0	
Dersi Veren		ÖĞR. GÖR. ZEKİ TUTKAN						
Dersin İçeriği		Kampanya kurgusu bağlamında hedef kitlenin belirlenmesi, hedef kitle analizi, kavram paftalarının hazırlığı, reklam öncesi araştırmaların analizi ile reklam yaratım sürecinde fikir gelişimi, ön taslakların hazırlanması, tipografi kullanımı ve sunum taslaklarının hazırlanması.						
Dersin Öğrenme Çıktıları		1. Hedef kitleyi belirleme. Hedef analizi yapma. 2. Reklam fikri geliştirme. 3. Taslak hazırlama, uygulama yapabilme.						
Dersin İşleniş Yöntemi		Anlatım, Alıştırma ve Uygulama						

Dersin Düzeyi	Lisans
İletişim	zeki@artpress.com.tr
Dersin Yardımcıları	Arş. Gör. Ebru Özbakır
Dersin Amacı	1. Kampanya kurgusu bağlamında hedef kitlenin belirlenme, hedef kitle analizi yapma. 2. Kavram paftalarının hazırlama. 3. Reklam öncesi araştırmaların analizi yapma. 4. Reklam yaratım sürecinde fikir geliştirme

HAFTALIK KONULAR

Hafta	DERSİN TEORİK KONU BAŞLIKLARI / TEORİ
1	Reklam kampanyalarına genel bakış. Kampanya türleri ve amaçlarının incelenmesi. Kampanyanın yaratıcı süreçleri nasıl işler.
2	Kampanyada iletişim gücü ve ikna değeri bakımından görsel oluşturmanın kriterleri. Kampanyaların göstergebilim açısından çözümlenmesi. Örnekler üzerinden konunun açılımı
3	İçerik oluşturma, metin haline dönüştürme ve türevlendirebilir etkili imaj oluşturma bilgilerini öğrenmek. Görseller üzerinden irdeleme. Kampanya sloganları nasıl üretilir?
4	Kampanya öncesi süreci ve türünü belirleyen pazarlama stratejileri, hedef kitle analizleri, olası sorunların belirlenmesi ve çözüm önerileri.
5	Kampanyaların sınırları, marka, kurum ve kuruluş açısından beklentileri kavrama. Kampanya brief oluşturma bilgilerini öğrenmek.
6	Sosyal sorumluluk kampanyaları, iletişim kampanyaları, turizm ve seçim kampanyalarının incelenmesi. Ders içi Öğrenci proje başlangıcı ve WORKSHOP: 'Yaratıcı fikir nasıl oluşur, uygulamaya nasıl dönüşür?'
7	1. Ara Sınav
8	Etkili kampanya oluşturmada medya stratejileri. Kullanılan geleneksel, internet ve yeni mecralar. Mecralarda kampanya uygulama örnekleri. Örnekler üzerinden; yaratıcı yaklaşımlar ve analizi. Sosyal ağların kampanyaya etkileri. Ders proje-öğrenci eskizlerinin incelenmesi.
9	Global markaların kampanya fikirlerinin incelenmesi. Tüketici cepesinde; algılama, psikolojik ve demografik unsurların incelenmesi. Hedef kitle analizleri, istatistikler. Öğrenci projeleri devamı.
10	Kampanyaların MPR, DAGMAR, AIDA, NAIDAS tutum oluşumlarının kavranması, pazarlama iletişimine temel oluşturan kuram, yöntem, araç ve fikirleri üzerine yorumların zenginleştirilmesi. Öğrenci projeleri devamı.
11	Kampanya da bütçe oluşturma, zamanlama ve etik kriterlerinin kavranması. Öğrenci projelerinin olgunlaştırılması.

12	2. Ara sınav
13	Sosyal medya kampanyası yapmak. Sosyal medyada kamoanya buluş ve inovasyonu üzerine düşünceler.Örneklemeler. Öğrenci projeleri devamı.
14	Kampanyanın yayılma stratejileri; Kampanya destek uygulamaları; basın kiti hazırlama, ilan, direct mailing hazırlama, e-posta, banner, formlar, canlı sohbetler, anketler ve sponsorluk üzerine kritikler. Öğrenci projelerinin tamamlanması için inceleme ve öneriler.
15	Dönemin ve ders notlarının gözden geçirilmesi soru ve eksik bilgilerin değerlendirilmesi. Mesleki kariyer önerileri.

Kaynaklar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jones D. Banner & Dragons /The Complete Guide to Creative Campaigning.(Londra AIP Yay. 2005). 2. Jim Avery/Kampanya Planlaması/Reklamcılık Vakfı Yay./ 2005. 3. STÖ için Kampanya Hazırlama Rehberi/ H. Ataman, B.Yamak. STGM Yay. Ankara 2009. 4. Jack Foster/ Fikir Nasıl Bulunur/ Media Cat Yay. 5. T.Uçar/ Görsel İletişim ve Grafik Tasarım/ İnkilap Kitapevi İst. 2010. 6. Salomon Dutka / Dagmar 7. (Ölçülebilir Rek. Sonuçları için Hedefleri tanımlamak) Ramazan Yıldırım. Yaratıcılık ve Yenilik/ Sistem Yay.
Ders Materyali (Yardımcı ekipman, maket vs)	Kağıt, Kalem, Bilgisayar, Kamera vb.

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALAR	Sayı	Katkı Payı (%)
Kısa Sınavlar / Stüdyo Kritiği	0	0
Dönem Ödevi / Projesi	0	0
Raporlar	0	0
Bitirme Tezi/Projesi	0	0
Seminer / Workshop	0	0
Derse Özgü Staj	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı / Final	1	60
Ödevler	0	0
Sunum / Jüri	0	0
Arasınavlar	2	40
Proje	0	0
Laboratuvar	0	0
Diğer		
Toplam	3	100
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARIN BAŞARI NOTUNA KATKISI	-	40
YARIYIL SONU SINAVININ BAŞARI NOTUNA KATKISI	-	60
Toplam		100
Derslerin sürekli iyileştirilmesi bağlamında (anket, mülakat, vb.) ön görülen ölçme ve değerlendirme araçları nelerdir ve hangi amaca yönelik uygulanmaktadır? Tanımlayınız (hedef ve amaç belirleme/ders içeriği/öğrenim ihtiyaçları/öğrenim ortamının düzenlenmesi/konuların sıralanışı ve bağıntısı/ materyal ve yöntemler/ölçme planlamasının değerlendirilmesi)	<p>Kriter-referanslı (mutlak) değerlendirme, Ortak standart bir ölçüt alınarak ya da belirli derecede bir performans kriteri alınarak değerlendirme yapılır. Öğrencinin belirlenmiş bir standarta ulaşip ulaşmadığına bakılarak veya öğrenmenin kriterlerinin neresinde olduğuna göre karar verilir. Sonuç bağılı (curve) not sistemine uyarlanır.</p> <p>Dersin iyileştirilmesi ve güncellenmesi için öğrencilerden anket ve mülakat yoluyla geri besleme alınmakta ve güncellemeler yapılmaktadır.</p>	

ISCED GENEL ALAN KODU	GENEL ALANLAR	ISCED TEMEL ALAN KODU	EĞİTİM VE ÖĞRETİM TEMEL ALANLARI	
1	Eğitim	14	Öğretmen Yetiştirme ve Eğitim Bilimleri	0
2	Beşeri Bilimler ve Sanat	21	Sanat	50
2	Beşeri Bilimler ve Sanat	22	Beşeri Bilimler	50
3	Sosyal Bilimler, İşletme ve Hukuk	31	Sosyal ve Davranış Bilimleri	0
3	Sosyal Bilimler, İşletme ve Hukuk	32	Gazetecilik ve Enformasyon	0
3	Sosyal Bilimler, İşletme ve Hukuk	38	Hukuk	0
4	Bilim	42	Yaşam Bilimleri	0
4	Bilim	44	Doğa Bilimleri	0
4	Bilim	46	Matematik ve İstatistik	0
4	Bilim	48	Bilgisayar	0
5	Mühendislik, Üretim ve İnşaat	52	Mühendislik	0
5	Mühendislik, Üretim ve İnşaat	54	Üretim ve İşleme	0
5	Mühendislik, Üretim ve İnşaat	58	Mimarlık ve Yapı	0
6	Tarım	62	Tarım, Ormancılık, Hayvancılık ve Su Ürünleri	0
6	Tarım	64	Veterinerlik	0
7	Sağlık ve Refah	72	Sağlık	0
7	Sağlık ve Refah	76	Sosyal Hizmetler	0
8	Hizmet	81	Kişisel Hizmetler	0
8	Hizmet	84	Ulaştırma Hizmetleri	0
8	Hizmet	85	Çevre Koruma	0
8	Hizmet	86	Güvenlik Hizmetleri	0

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARININ PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE İLİŞKİSİ

No	Program Yeterlilikleri	1	2	3	4	5
1	Görsel İletişim Tasarımı alanındaki temel kavramları kavramak.					X
2	Tasarım ve sanat dilini kullanarak görsel iletişim sorunları için alternatif çözümler yaratabilmek.					X
3	Grafik tasarım ürünlerinde ve grafik sanatlarda kullanılan malzeme bilgisine sahip olmak.			X		
4	Tasarımlarda kullanacak özgün fotoğraf, görüntü ve uygun tipografiyi oluşturabilmek.	X				
5	Yazılı ve sözlü iletişim kurabilmek.	X				
6	Taslakları uygulayabileceği teknik yetkinliğe kavuşmak, tasarım için gerekli bilgisayar programlarını kullanabilmek.	X				
7	Titiz ve disiplinli çalışma alışkanlığı kazanmak.					X
8	Duygu ve düşüncelerini baskiresim, fotoğraf vb. yöntemlerle estetik düzeyde anlatabilmek.		X			
9	Etik değerlere bağlı kalmak. Sosyal adaleti, kalite kültürünü ve kültürel değerleri korumak.			X		
10	Yaşam boyu öğrenme isteği taşımak ve buna zaman ayırmak.				X	
11	Farklı kişi ve guruplarla uyumlu çalışabilmek.		X			
12	Ülke sorunlarına karşı duyarlı olmak.		X			
13	Çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahip olmak.					X

Katkı Derecesi: 1 düşük, 5 yüksek.

Dersin Öğrenme Çıktılarının Program Yeterliliklerine Katkısı	Görsel İletişim Tasarımı alanındaki temel bilgileri kavrama, uygulama yapma, farklılıklar yaratma.
---	--

AKTS - İŞ YÜKÜ TABLOSU

ETKİNLİKLER	Sayı	Süre (Saat)	İş Yüğü
Ders Süresi	14	3	42

Yarıyıl Sonu Sınavı / Final (Hazırlık Süresi Dahil)	1	7	7
Kısa Sınavlar / Stüdyo Kitiği	0	0	0
Dönem Ödevi / Projesi	0	0	0
Raporlar	0	0	0
Bitirme Tezi/Projesi	0	0	0
Seminer / Workshop	0	0	0
Sınıf Dışı Çalışma Süresi	4	2	8
Ödevler	6	10	60
Sunum /Jüri	0	0	0
Arasınavlar (Hazırlık Süresi Dahil)	2	4	8
Proje	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Derse Özgü Staj	0	0	0
Toplam İş Yüğü			125
Toplam İş Yüğü / 25			5
Dersin AKTS Kredisi			5

Onaylayan Prof. Dr. Melih Boydak Dekan	Diploma Programının Başkanı Prof. Hasip Pektaş Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Başkanı
---	---