

**REKLAM FİLMİ YAPIMI**  
**Ders İzence Formu**

<b>Diploma Programı</b> Görsel İletişim Tasarımı Bölümü				<b>Kodu:</b> GRT 455				
				<b>Dersin Adı:</b> REKLAM FİLMİ YAPIMI				
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
<b>Derse Kabul Koşulları:</b>								
<b>Devam Zorunluluğu</b>		<b>Teorik</b>			<b>Uygulama</b>		<b>Laboratuvar</b>	
		70			70		0	
<b>Dersi Veren</b>		YARD. DOÇ. NALAN BÜKER						
<b>Dersin İçeriği</b>		Reklamın genel içeriğinin belirlenmesi, hedef kitle analizleri, medya planlaması ve müşteri temsilciliği. Reklamda düşüncenin filmsele iletiye dönüştürülmesi. Reklam filmleri, anlatı biçimleri ve içerikleri. Görsel üslup seçimi ve hedef kitle ilişkisi. Reklam filmi uygulamaları.						
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>		1. Hedef kitle analizi yapabilme. 2. Düşünceyi filmsele iletiye dönüştürme. 3. Tasarımlarında özgünlük yaratabilme.						
<b>Dersin İşleniş Yöntemi</b>		Anlatım, Alıştırma ve Uygulama						

<b>Dersin Düzeyi</b>	Lisans
<b>İletişim</b>	nalan_buker@yahoo.com
<b>Dersin Yardımcıları</b>	Arş. Gör. Ebru Özbakır
<b>Dersin Amacı</b>	1. Reklamın genel içeriğinin belirlenmek, 2. Hedef kitle analizleri, medya planlaması ve müşteri temsilciliği hakkında bilgilendirme. 3. Reklamda düşüncenin filmsele iletiye dönüştürülmesi sağlamak. 4. Reklam filmleri, anlatı biçimleri ve içerikleri. Görsel üslup seçimi ve hedef kitle ilişkisi hakkında bilgilendirme. 5. Reklam filmi üzerine uygulamalar yaptırmak.

**HAFTALIK KONULAR**

Hafta	DERSİN TEORİK KONU BAŞLIKLARI / TEORİ
1	Reklam filmi kavramını inceleme ve sektörel analiz yapma. Reklam veren ve reklam ajansı ilişkisi. Çekim öncesi ve sonrası reklam ajansı ve yaratıcı grubun rolleri. Reklam yapım firmasında iş akışı, medya planlama ve satın alma süreçlerinin kavranması. Reklam filmi terminolojisine giriş ve kavramlarını öğrenmek.
2	Grafik tasarımcısının 'Reklamcı Kimliği' ile tanışması. Reklam içeriği belirleme ve yaratıcı stratejiye giden süreçleri kavrama. Müşteri görüşmeleri, brief alma ve sunum kriterlerini öğrenme. Genel reklam film türlerini tanıma, örnekler üzerinden kavrama.
3	Ürün ve hizmet kavramlarını markanın stratejik ilişkileri açısından irdeleme. Tüketici izleme-satın alma davranışlarını ve hedef kitle analizlerini yapabilme. Hedef popülasyonda tutum oluşumları, AIDA, DAGMAR, NAIDAS metodları ve diğer PIAR-Etki ölçümlerini kavrama.
4	Pazarlama ve iletişim hedefleri açısından medya planı analizi. Bütçeleme, doğru yayın aralıkları ve doğru mecra seçimi yapabilme. Stand by ve satın alma örnekleri inceleme. Müşteri temsilcisini tanıma ve süreç içindeki rollerini kavrama..
5	Reklam filminde anlatı biçimlerini öğrenme. Görsel, algısal ve işitsel normları kavrama. Film çekim ekibi kimlerden oluşur, ve görevleri nelerdir?. Çekim ekipmanları nelerdir ve fonksiyonları. Stüdyo, plato ve Outdoor mekanların senaryolar açısından irdelenmesi. Yönetmen gözüyle çekim teknikleri ve öneriler. Yönetmen, sanat yönetmeni ve görüntü yönetmeni kimdir? Konulara ilişkin terimlerin öğrenilmesi.
6	Reklam Ajansı /yaratıcı grubun, yönetmen ile storyboard toplantısı, içeriğinin irdelenmesi. Ortak literatürü kavrama. Sinopsis, sekans. planlar ve süreleri arasındaki ilişkiyi kavrama, pratik altyapılarını örnekler üzerinden öğrenme. Terimleri öğrenme. Örnek Storyboard çalışması başlatma.
7	<b>1. Ara Sınav</b>
8	Reklam filmi için fotoğraf ve görsel oluşturmada temel yaklaşımlar. Örnekleri inceleme. Reklam metni yaratma, tema ve key frame ilişkisi. Örgü, alt metin, dış ses, yayın formatı, karakter yaratma, çatışma, diyaloglar, dramatik yapı, postproduction vb temel film öğelerinin kavranması.

9	TV, internet ve sinemada yeni reklam filmi fikirlerini ve yaklaşımları tanıma. Örnekler izleme ve yorumlama. Uygulama ve erişim sorunlarını anlama ve öneriler getirme. Viral, gerilla, advertarial, anakronizm, neromarketing, remarketing, testimonial ve sanal reklamları tanıma. Örneklendirmeler.
10	TV, internet ve sinema izleyici profillerini inceleme. Reklam yayın proseslerini, prime time, share, reyting vb kavramları öğrenmek. Reklam filmini çarpıcı, güçlü ve kalıcı yapan unsurları öğrenme.
11	İçerikten, yaratıcı reklam fikri oluşturmaya giden süreçte grafik tasarımcısına pratik öneriler. Reklam filminde kullanılan, grafik, animasyon ve efekt programlarını tanıma ve montaj teknikleri hakkında genel bilgilendirme. Terimleri öğrenme.
12	<b>2. Ara sınav</b>
13	Reklam filmlerinin sınıflandırılması. Sınıflamanın belirlediği TV reklam stillerini tanıma ve örnekler üzerinden değerlendirmeler.
14	TV yayıncılığını ve departmanları kavrama, reklam yayın görüşmesi yapma ve ücretlendirilmeleri. Reklam filminde 3 boyutlu ve 4D Sinema /görüntü yaratma ve uygulama örnekleri. Yaratıcı reklam fikirlerinden örnekler. Yeni ve gelecekçi film teknolojileri hakkında görüşler.
15	Dönem sonu genel değerlendirmeler. Kısa tekrarlar ve soruların cevaplanması. Mesleki kariyer için öneriler.

<b>Kaynaklar</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Televizyonda Reklam Filmi Yapımı. Nesrin. T. Akbulut. Beta Yay.</li> <li>2. Medya Planı Nasıl hazırlanır. Jack.Z. Sissors, R. Baron. MediaCat Kitapları.</li> <li>3. Hedef Kitleye Özel Stratejiler. Kapital Yay.2004.</li> <li>4. Televizyon Filmi Böyle Yapılır. Jim Artchison.</li> <li>5. Marka Yay. Sinema ve TV Görüntülerinin Temel Öğeleri. Bülent Vardar. Beta Yay.</li> <li>6. Reklam Medyası Planlaması. G. Erol. Beta Yay.</li> <li>7. Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle. F. Kocabaş, M..Elden, N.Yurdakul. İletişim yay.</li> </ol>
<b>Ders Materyali (Yardımcı ekipman, maket vs)</b>	Bilgisayar, Kamera, Fotograf Makinesi, taslak defteri, k.kalem, silgi

#### 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		
<b>Toplam</b>	<b>3</b>	<b>100</b>
<b>YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARIN BAŞARI NOTUNA KATKISI</b>	-	<b>40</b>
<b>YARIYIL SONU SINAVININ BAŞARI NOTUNA KATKISI</b>	-	<b>60</b>
<b>Toplam</b>		<b>100</b>
Derslerin sürekli iyileştirilmesi bağlamında (anket, mülakat, vb.) ön görülen ölçme ve değerlendirme araçları nelerdir ve hangi amaca yönelik uygulanmaktadır? Tanımlayınız	<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 bağıl (curve) not sistemine uyarlanır.</p> <p>Dersin iyileştirilmesi ve güncellenmesi için öğrencilerden anket ve mülakat yoluyla geri besleme</p>	

(hedef ve amaç belirleme/ders içeriği/öğrenim ihtiyaçları/öğrenim ortamının düzenlenmesi/konuların sıralanışı ve bağıntısı/ materyal ve yöntemler/ölçme planlamasının değerlendirilmesi)	alınmakta ve güncellemeler yapılmaktadır.
--	---

**DERS KATEGORİSİ**

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	<b>Beşeri Bilimler ve Sanat</b>	<b>21</b>	<b>Sanat</b>	<b>100</b>
2	Beşeri Bilimler ve Sanat	22	Beşeri Bilimler	0
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.

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

**AKTS - İŞ YÜKÜ TABLOSU**

<b>ETKİNLİKLER</b>	<b>Sayı</b>	<b>Süre (Saat)</b>	<b>İş Yüğü</b>
Ders Süresi	14	3	42
Yarıyıl Sonu Sınavı / Final (Hazırlık Süresi Dahil)	1	7	7
Kısa Sınavlar / Stüdyo Kritiği	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
<b>Toplam İş Yüğü</b>			125
<b>Toplam İş Yüğü / 25</b>			5
<b>Dersin AKTS Kredisi</b>			5

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