

İTERAKTİF MEDYA
Ders İzence Formu

Diploma Programı Görsel İletişim Tasarımı Yüksek Lisans Programı				Kodu: GİT 512				
				Dersin Adı: İTERAKTİF MEDYA				
Yarıyıl	Teorik Kredisi	Uygulama Kredisi	Laboratuvar Kredisi	Toplam Saat	Kredisi	AKTS	Dersin Anlatıldığı Dil	Dersin Türü
1-2	3	0	0	3	3	7	Türkçe	Seçmeli
Derse Kabul Koşulları:								
Devam Zorunluluğu		Teorik			Uygulama		Laboratuvar	
		70			70		0	
Dersi Veren YARD. DOÇ. DR. SİMGE ESİN ORHUN								
Dersin İçeriği İnsan-bilgisayar etkileşimi. Yeni medyanın sosyal etkileri. Ağ, interaktif CD ile flash ve üç boyutlu animasyon tasarımına yönelik temel uygulamalar. Metin, görüntü, hareketli görüntü, ses ve canlandırmaların çeşitli iletişim ortamlarında kullanılması.								
Dersin Öğrenme Çıktıları Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler; <ul style="list-style-type: none">• Yeni medya hakkında bilgi sahibi olabilecektir.• Halkla ilişkiler, reklamcılık ve pazarlama iletişiminin yeni trendlere göre nasıl şekillendiğini ifade edebilecektir.• “Sosyal medya nedir?”, “Sosyal medyada nasıl etkinlik gösterilebilir?” gibi temel soruları cevaplayabilecektir.• İnternet reklamcılığının temel kurallarına hakim olabilecektir.• Etkin pazarlama yöntemleri hakkında bilgi sahibi olabilecektir ve yeni medyada pazarlama iletişimi aktivitelerinin nasıl yürütüldüğü konusunda bilgili hale gelebilir.• Markalaşma sürecindeki tasarım ve uygulama çalışmalarının nasıl yürütüldüğünü ifade edebilecektir.• Temel interaktif medya uygulamalarını örnekleyebilecektir. (banner, blog, vlog, viral pazarlama aktiviteleri, advergence vs.)								
Dersin İşleniş Yöntemi Anlatım, Alıştırma ve Uygulama								

Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
İletişim	simge.orhun@ozyegin.edu.tr
Dersin Yardımcıları	Arş. Gör. Ebru Özbakır
Dersin Amacı	Yaygınlaşan sosyal medya kullanımının açıklanması ve değişen koşullara göre yeniden şekillenen halkla ilişkiler, reklamcılık ve pazarlama aktivitelerinin öğrenciye tanıtılmasıdır.

HAFTALIK KONULAR

Hafta	DERSİN TEORİK KONU BAŞLIKLARI / TEORİ
1	Sosyal Medya ve İlgili Terimler
2	Kültür, İletişim ve Değerlerdeki Değişimler
3	Bir Medya Olarak İnternet
4	Viral pazarlama örnekleri
5	Reklamcılık ve Yeni Medya Kullanımları
6	Multimedya Çağında Reklamcılık Örnekleri
7	Multimedya Çağında Reklamcılık Örnekleri (2)
8	Sosyal Medya ve Pazarlama
9	Örneklerle Sosyal Medya ve Pazarlama
10	Sosyal Medyada Etik
11	Türkiye ve Dünya'dan Güncel Örneklerle Sosyal Medya
12	Türkiye ve Dünya'dan Güncel Örneklerle Sosyal Medya (2)
13	Dönem Değerlendirmesi
14	Dönemin gözden geçirilmesi

Kaynaklar	Christine Spurgeon, New Media and Advertising (Routledge, 2008) sf.
------------------	---

	84101David Phillips & Philip Young, Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media (Kogan Page, 2009) sf. 209260Brian Solis & Deirdre Breakenridge, Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR (FT Press, 2009) sf. 2382
Ders Materyali (Yardımcı ekipman, maket vs)	taslak defteri, kalem, silgi, gönye, cetvel, bilgisayar.

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 bağlantısı/ materyal ve yöntemler/ölçme planlamasının değerlendirilmesi)	Kriter-referanslı (mutlak) değerlendirme, Ortak standart bir ölçüt alınarak ya da belirli derecede bir performans kriteri alınarak değerlendirme yapılır. Öğrencinin belirlenmiş bir standarta ulaşmış olup olmadığına bakılarak veya öğrenmenin kriterlerinin neresinde olduğuna göre karar verilir. Sonuç bağılı (curve) not sistemine uyarlanır. Dersin iyileştirilmesi ve güncellenmesi için öğrencilerden anket ve mülakat yoluyla geri besleme 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	Beşeri Bilimler ve Sanat	21	Sanat	80
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	20
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	23	23
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	8	10	80
Ödevler	0	0	0
Sunum /Jüri	0	0	0
Arasınavlar (Hazırlık Süresi Dahil)	2	15	30
Proje	0	0	0

Laboratuvar	0	0	0
Derse Özgü Staj	0	0	0
Toplam İş Yüğü			175
Toplam İş Yüğü / 25			7
Dersin AKTS Kredisi			7

Onaylayan Prof. Dr. Örsan Öymen Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü	Diploma Programının Başkanı Prof. Hasip Pektaş Görsel İletişim Tasarımı Anabilim Dalı Başkanı
---	--