

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Advertising Design and Art Direction / Advertising Design and Art Direction	
Ders Kodu / Course Code	EHIR423	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	2.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Ön koşul bulunmamaktadır.	There are no prerequisites.
Amacı / Purpose	Reklam Tasarımı ve Sanat Yönetmenliği dersinin amacı, gerek geleneksel gerekse yeni medya ortamlarında yaratıcı reklamcılığın temel kavramlarına ışık tutarak, reklamda tasarım sürecinin tüm aşamalarının nasıl gerçekleştirildiğinin öğrenilmesini sağlamaktır.	The aim of the Advertising Design and Art Direction course is to shed light on the basic concepts of creative advertising in both traditional and new media environments, and to learn how all stages of the design process in advertising are realized.
İçeriği / Content	Reklam Tasarımı ve Sanat Yönetmenliği dersi kapsamında, reklamda yaratıcı konseptle ilişkin temel kavramlar açıklanacak, reklamda kullanılan temel yaratıcı stratejiler ve yaratıcı ekoller incelenecek, reklam çekicilikleri ele alınacaktır. Ayrıca, gerek geleneksel medyada gerekse, dijital medyada reklam tasarım unsurları Türkiye ve dünyadan örneklerle ayrıntılarıyla analiz edilecektir.	Within the scope of the Advertising Design and Art Direction course, the basic concepts of creative concept in advertising will be explained, the basic creative strategies and creative schools used in advertising will be examined, and the attractiveness of advertising will be discussed. In addition, advertising design elements in both traditional and digital media will be analyzed in detail with examples from Turkey and the world.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	yok	
Staj Durumu / Internship Status	yok	
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	•Ders notları, Güncel makaleler, •Nurhan Babür Tosun vd., Reklam Yönetimi, 2018, İstanbul: Beta Basım •Müge Elden, Reklam Yazarlığı, 2007, İstanbul: İletişim Yayınları •Müge Elden, Uğur Bakır, Reklam Çekicilikleri, 2010, İstanbul: İletişim Yayınları •Müge Elden, Özen Okat Özdem, Reklamda Görsel Tasarım, 2015, İstanbul: Say Yayınları •Barry, P. (2012), The Advertising Concept Book, USA: Thames & Hudson	•Ders notları, Güncel makaleler, •Nurhan Babür Tosun vd., Reklam Yönetimi, 2018, İstanbul: Beta Basım •Müge Elden, Reklam Yazarlığı, 2007, İstanbul: İletişim Yayınları •Müge Elden, Uğur Bakır, Reklam Çekicilikleri, 2010, İstanbul: İletişim Yayınları •Müge Elden, Özen Okat Özdem, Reklamda Görsel Tasarım, 2015, İstanbul: Say Yayınları •Barry, P. (2012), The Advertising Concept Book, USA: Thames & Hudson

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Sezgi Turfanda	
--	-------------------------------	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Reklamda yaratıcı konsepte ilişkin temel kavramları tanımlar.	Defines the basic concepts related to the creative concept in advertising.
2	Reklamda kullanılan temel yaratıcı stratejileri ve yaratıcı ekolleri açıklar.	Explain the basic creative strategies and creative schools used in advertising.
3	Etkin ve yaratıcı bir şekilde reklamı tasarlar	Designs the advertisement effectively and creatively
4	Reklam metni yazımında yaratıcı stratejileri kullanır	Uses creative strategies in ad copy writing
5	Reklam ajanslarının yapısını ve işleyişini açıklar	Explains the structure and operation of advertising agencies.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yaratıcılık kavramına genel bakış				
	Overview of the concept of creativity				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve reklamda yaratıcılığın kullanımı				
	Use of creativity in advertising				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda yaratıcı stratejiler				
	Creative strategies in advertising				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamda yaratıcı ekoller				
	Creative schools in advertising				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yaratıcı reklamın hazırlık süreci				
	Creative advertising preparation process				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kampanyalarında yaratıcı iş özeti				
	Creative business brief in advertising campaigns				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yaratıcı stratejide kullanılan taktikler ve reklam çekicilikleri				
	Tactics and advertising appeals used in creative strategy				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara sınav	Sınav			
	Midterm	Exam			
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Basılı reklam ortamları için reklam metni yazımı				
	Advertising copy writing for print media				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Basılı reklam ortamlarında görsel tasarımın unsurları - I				
	Elements of visual design in print advertising media - I				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Basılı reklam ortamlarında görsel tasarımın unsurları - II				
	Elements of visual design in print advertising media - II				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yayın yapan reklam ortamlarında uygulama teknikleri				
	Application techniques in broadcast advertising environments				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni medyada reklam uygulama teknikleri				
	Advertising application techniques in new media				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ajanslarında organizasyon yapısı				
	Organizational structure in advertising agencies				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	30.00	30.00
Derse Katılım / Attending Lectures	7	14.00	98.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	30.00	30.00
Toplam / Total:	11	76.00	160.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 160.00/25.00 = 6.40 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 160.00 / 25.00 = 6.40 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Reklamda yaratıcı konseptle ilişkin temel kavramları tanımlar. / Defines the basic concepts related to the creative concept in advertising.	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
2.Reklamda kullanılan temel yaratıcı stratejileri ve yaratıcı ekolleri açıklar. / Explain the basic creative strategies and creative schools used in advertising.	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
3.Etkin ve yaratıcı bir şekilde reklamı tasarlar / Designs the advertisement effectively and creatively	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4.Reklam metni yazımında yaratıcı stratejileri kullanır / Uses creative strategies in ad copy writing	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
5.Reklam ajanslarının yapısını ve işleyişini açıklar / Explains the structure and operation of advertising agencies.	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high