

EHIR311 - Advertising Design and Art Direction / Advertising Design and Art Direction

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Advertising Design and Art Direction / Advertising Design and Art Direction	
Ders Kodu / Course Code	EHIR311	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
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 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	Reklamda yaratıcı konsepte ilişkin temel kavramların açıklanması, Reklamda kullanılan temel yaratıcı stratejilerin ve yaratıcı ekollerin incelenmesi, Reklam çekiciliklerinin açıklanması, Geleneksel medyada reklam tasarım unsurlarının incelenmesi, Yeni medya ortamında reklam tasarım unsurlarının incelenmesi	Explanation of basic concepts related to the creative concept in advertising, Examination of basic creative strategies and creative schools used in advertising, Explanation of advertising attractiveness, Examination of advertising design elements in traditional media, Examination of advertising design elements in the new media environment.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
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	Lecture notes, current articles, 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
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğretim Üyesi Sezgi Turfanda	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenci reklamda yaratıcı konsepte ilişkin temel kavramları tanımlayabilecektir.	The student will be able to define the basic concepts related to the creative concept in advertising.
2	Öğrenci reklamda kullanılan temel yaratıcı stratejilerin ve yaratıcı ekollerin değerlendirmesini yapabilecektir.	The student will be able to evaluate the basic creative strategies and creative schools used in advertising.
3	Öğrenci gerek geleneksel medyada gerekse yeni medyada etkin ve yaratıcı reklam tasarımı yapabilecektir.	The student will be able to design effective and creative advertisements in both traditional and new media.
4	Öğrenci gerek geleneksel gerekse yeni medyada yaratıcı stratejileri kullanarak etkili reklam yazabilecek ve uygulayabilecektir.	The student will be able to write and apply effective advertisements by using creative strategies in both traditional and new media.
5	Öğrenci reklam ajanslarının yapısını ve işleyişini tanımlayabilecektir.	The student will be able to define the structure and functioning 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				
	Creativity concept overview				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve reklamda yaratıcılığın kullanımı				
	Advertising and 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 process				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Reklam kampanyalarında yaratıcı iş özeti				
	Creative brief in advertising campaigns				
7	Yaratıcı stratejide kullanılan taktikler ve reklam çekicilikleri				
	Tactics and advertising appeal used in creative strategy				
8	Ara Sınav				
	Mid-term				
9	Basılı reklam ortamları için reklam metni yazımı				
	Copywriting in print ads				
10	Basılı reklam ortamlarında görsel tasarımın unsurları				
	Elements of visual design in print ads				
11	Basılı reklam ortamlarında görsel tasarımın unsurları				
	Elements of visual design in print ads				

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

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	15.00	15.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	15.00	15.00
Derse Katılım / Attending Lectures	1	20.00	20.00
Final Sınavı / Final Examination	1	25.00	25.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	25.00	25.00
Okuma / Reading	1	25.00	25.00
Toplam / Total:	6	125.00	125.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 125.00/25.00 = 5.00 ~ 5.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 125.00 / 25.00 = 5.00 ~ 5.00

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.Öğrenci reklamda yaratıcı konseptle ilişkin temel kavramları tanımlayabilecektir. / The student will be able to define the basic concepts related to the creative concept in advertising.	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4
2.Öğrenci reklamda kullanılan temel yaratıcı stratejilerin ve yaratıcı ekollerin değerlendirmesini yapabilecektir. / The student will be able to evaluate the basic creative strategies and creative schools used in advertising.	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4
3.Öğrenci gerek geleneksel medyada gerekse yeni medyada etkin ve yaratıcı reklam tasarımı yapabilecektir. / The student will be able to design effective and creative advertisements in both traditional and new media.	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4
4.Öğrenci gerek geleneksel gerekse yeni medyada yaratıcı stratejileri kullanarak etkili reklam yazabilecek ve uygulayabilecektir. / The student will be able to write and apply effective advertisements by using creative strategies in both traditional and new media.	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4
5.Öğrenci reklam ajanslarının yapısını ve işleyişini tanımlayabilecektir. / The student will be able to define the structure and functioning of advertising agencies.	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4

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