

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L	Türü Z / S	KHAS Kredisi	AKTS
Reklamcılık Projesi	AD442	İlkbahar	3+0+0	Zorunlu	6	12
Akademik Birim	Reklamcılık					
Öğrenim Türü	Örgün					
Ön Koşullar						
Öğrenim Dili	Türkçe					
Dersin Düzeyi	6					
Dersin Koordinatörü	Prof. Dr. Asker Kartarı					
Dersi Verenler	Serpil Özdemir					
Dersin Yardımcıları						
Dersin Amacı	<ul style="list-style-type: none">Yedi dönem boyunca alınan bütün derslerden edinilen kazanımları uygulamalı olarak bir projenin içinde kullanmak.Gerçek bir marka için yapılmış çok mecralı bir reklam kampanyası üretim deneyimi kazanmak.Gerçek bir reklam ajansında yaratıcı bir kampanya ürettiyormuşçasına süreci baştan sona yönetebilme becerisi kazanmak.					
Dersin İçeriği	Bir markanın brief'ine uygun orijinal bir yaratıcı fikir bulmak. Bu fikri, televizyon, radyo, basın, açık hava, dijital platformlar ve diğer mecralara uygulamak. Mecralara uygularken o mecralarla ilgili teknolojileri kullanmak. Ortaya çıkan yaratıcı kampanyayı etkili ve yine yaratıcı bir yolla jüriye sunmak.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ)	<ol style="list-style-type: none">Gerçek bir marka için 360 derece reklam kampanyası yapmayı öğrenmek.Bir reklam kampanyasının bütün aşamaları nasıl yönetilir, deneyimlemek.Farklı mecralara reklam üretmek için gerekli teknik, artistik yetenekler kazanmak.Oyunculuk, yönetmenlik, kurgu asistanlığı, dublaj sanatçılığı gibi sorumluluklar alarak farklı mecralar için reklam üretme pratiği yapmak.					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri						

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Seçilen markanın brief'i üzerinden geçerek yaratıcı sürece hazırlanmak	Marka vaadi ve vaadin desteği üzerinden yaratıcı fikir alternatifleri düşünmek.
2	Alternatif fikirler arasında Big Idea olanları tespit etmek.	Big Idea olabilecek fikirler yoksa tekrar alternatif fikirler düşünmek için bir tur daha atmak.
3	Big Idea'nın hangi fikir olacağına karar vermek.	Seçilen "Big Idea"nın televizyon ve diğer mecralara uygulama çalışmasının yapılması. TVC. Radyo Spotu, Basın Slogan ve Alt Metin vs.
4	Fikrin mecralar için önerilen çözümlerinin değerlendirilmesi.	Metinler ve mecra çözümleri üzerinden verilen revizyonların yapılması.
5	Mecra bazlı revizyonların değerlendirilmesi.	Uygulama aşamasına geçmeden önce tüm revizyonların finalize edilmesi.
6	Üretim aşamalarının detaylandırılması.	TVC için yönetmen, cast, mekan, dış ses, müzik, kostüm, prop gibi ihtiyaçların tespiti ve ön çalışması.
7	TVC için yapılan ön çalışmasını değerlendirilmesi ve onayı	Filmin yönetmeniyle, cast'ıyla toplantı. Shooting board çizimi.

		Mekan ve set çalışması. Teknik ekipman için rezervasyon.
8	Üretim aşaması için yapılan detaylı çözümlerin değerlendirilmesi.	Oyucular, müzik, dublaj, ilan görseli, dış ses, dijital uygulama çözümleri ile ilgili çalışma yapılması.
9	Seçilen oyuncu, müzik, dış ses gibi unsurların değerlendirilip onaylanması. Mümkünse öğrenciyle birlikte yönetmenle filmin akışının tartışılması. PPM.	Televizyon filminin çekilmesi. Kaba montajının yapılması.
10	Çekilen filmlerin (Off-line) değerlendirilmesi. Gerekirse revizyon verilmesi.	Radyo, basın, açık hava mecraları için görsel alternatifleri çalışılması.
11	Üretilen Radyo, İlan, Açık hava mecralarının değerlendirilmesi. Gerekirse revizyon verilmesi.	Dijital fikirlerin üretilmesi. Fikri anlatan sosyal medya ya da web sitesi çözümlerini en iyi anlatan görsellerin hazırlanması.
12	Üretilen dijital çözümlerinin değerlendirilmesi.	Ambient, gerilla, sponsorluk, sosyal sorumluluk gibi diğer mecra çözümlerinin üretilmesi
13	Diğer mecralar için yapılmış işlerin değerlendirilmesi.	Bütün mecralar için son revizyonların yapılması.
14	Sunuma hazır hale gelen mecra uygulamalarının onaylanması.	Onaylanmış işlerin sunuma dönüştürülmesi.
15*	Sunumların değerlendirilmesinin yapılması. Sunum teknikleri üzerinde çalışma yapılması.	Provalarda öğrenilen sunum tekniklerinin prova yapılarak mükemmelleştirilmesi.
16*	Final.	

*Kadir Has Üniversitesi'nde bir sömestre 14 haftadır, 15. Ve 16. Hafta Sınav haftalarıdır.

Ders Notu	Orijinal fikir 30 puan, Uygulama becerisi 30 puan, Süreç yönetme 30 puan, Sunum becerisi 10 puan. Toplam 100 puan.
Diğer Kaynaklar	Krevolin, Richard (2003) How to Adapt Anything into a Screenplay, Aitchison, Jim (1999) Cutting Edge Advertising. Howard, David and Edward, mabley (1996) The Tools of Screenwriting. Bendinger, Bruce (1993) The Copy Workshop Book, Barez Brown, Chris (2012) How to Kickass Ideas. Erener, Serdar (2010) Nasıl Oluyor da Oluyor?

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI (ÖÇ)/PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) MATRİSİ

	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9				
ÖÇ1														
ÖÇ2														
ÖÇ3														
ÖÇ4														
ÖÇ5														
ÖÇ6														
ÖÇ7														
ÖÇ8														
ÖÇ9														
3	Üst Seviyede Destekleniyor				2	Orta Seviyede Destekleniyor				1	Alt Seviyede Destekleniyor			

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ			AKTS / İŞ YÜKÜ			
Yarıyıl Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)	Etkinlikler	Sayı	Süre	Toplam İş Yüğü (Saat)
Katılım			Ders Saati (Sınav haftası dahil toplam 16xders saati)	16	6	96
Laboratuvar			Laboratuvar			
Uygulama			Uygulama	16	7	112
Arazi Çalışması			Arazi Çalışması			
Proje			Proje			
Ödev			Ödev	16	5	80
Sunum/Jüri			Sunum/Jüriye Hazırlık	1	6	6
Derse Özgü Staj			Derse Özgü Staj			
Diğer Uygulamalar (Seminer, stüdyo kritiği, workshopvb)			Diğer Uygulamalara Hazırlık (Seminer, stüdyo kritiği, workshopvb)			
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (Okuma, bireysel çalışmavb)			Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (Okuma, bireysel çalışmavb)			
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar			Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar (Sınav süresi ve sınava hazırlık)			
Final Sınavı	1	100	Final Sınavı(Sınav süresi ve sınava hazırlık)	1	6	6
TOPLAM		%100	TOPLAM İŞ YÜKÜ			Saat 300AKTS

AKTS kredisi, toplam iş yükünün 25'e bölümüdür. (1 AKTS = 25 saatlik iş yükü)