

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Reklam Filmi Uygulamaları	3301705	VII	3+0	2	3
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Reklamın genel içeriğinin belirlemek, Reklamda düşüncenin filmselele iletiye dönüştürülmesi sağlamak.Reklam filmleri, anlatı biçimleri ve içerikleri.Görsel üslup seçimi ve hedef kitle ilişkisi hakkında bilgilendirme. Reklam filmi üzerine uygulamalar yaptırmak.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<p>Bu dersin sonunda öğrenci;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hedef kitle analizi yapar. 2. Düşünceyi filmselele iletiye dönüştürür. 3. Tasarımlarında özgünlük yaratır. 4. Özgün eser çalışması yapar ve sunar. 				
Dersin içeriği	Reklamın genel içeriğinin belirlenmesi, hedef kitle analizleri, medya planlaması ve müşteri temsilciliği. Reklamda düşüncenin filmselele iletiye dönüştürülmesi. Reklam filmleri, anlatı biçimleri ve içerikleri. Görsel üslup seçimi ve hedef kitle ilişkisi. Reklam filmi uygulamaları.				
Haftalar	Konular				
1	Reklam filmi kavramını inceleme ve sektörel analiz yapma.				
2	Grafik tasarımcısının 'Reklamcı Kimliği' ile tanışması. Reklam içeriği belirleme ve yaratıcı stratejiye giden süreçleri kavrama				
3	Ürün ve hizmet kavramlarını markanın stratejik ilişkileri açısından irdeleme.				
4	Pazarlama ve iletişim hedefleri açısından medya planı analizi.				
5	Reklam filminde anlatı biçimlerini öğrenme				
6	Reklam Ajansı /yaratıcı grubun, yönetmen ile storyboard toplantısı, içeriğinin irdelenmesi				
7	Ara sınav				
8	Reklam filmi için fotoğraf ve görsel oluşturmada temel yaklaşımlar				
9	TV, internet ve sinemada yeni reklam filmi fikirlerini ve yaklaşımları tanıma. Örnekler izleme ve yorumlama.				
10	TV, internet ve sinemada yeni reklam filmi fikirlerini ve yaklaşımları tanıma. Örnekler izleme ve yorumlama.				
11	İçerikten, yaratıcı reklam fikri oluşturmaya giden süreçte grafik tasarımcısına pratik öneriler.				
12	Reklam filmlerinin sınıflandırılması.				
13	TV yayıncılığını ve departmanları kavrama, reklam yayın görüşmesi yapma ve ücretlendirilmeleri.				
14	Sınıflamanın belirlediği TV reklam stillerini tanıma ve örnekler üzerinden değerlendirmeler				
Genel Yeterlilikler					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hedef kitle analizleri, medya planlaması hakkında bilgi sahibi olur ve film döngüsünü analiz edebilir. 2. Reklam filmi projesi yönetebilir. 3. TV, internet ve sinemada yeni reklam filmi fikirlerini sunabilir. 					
Kaynaklar					
1. Nesrin. T. A. (2007). <i>Televizyonda Reklam Filmi Yapımı</i> . Beta Yay.					
Değerlendirme Sistemi					
Arasınay: % 40 Final: % 60 Bütünleme:					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖÇ1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
ÖÇ2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
ÖÇ3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
ÖÇ4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Reklam Filmi Uygulamaları	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5