

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV406	Dijital Reklam Prodüksiyonu	8	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Grup Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dersin amacı reklam prodüksiyonunu tüm yönleriyle öğretmektir. Etkili reklam üretiminin koşulları, reklam metni yazımı, senaryo aşaması ve yapımın gerçekleştirilmesine ilişkin verilen temel bilgiler doğrultusunda reklam prodüksiyonu gerçekleştirebilecek donanımlı bireyler yetiştirilmesi amaçlanır.
İçerik	1.Hafta: Derse giriş, dersin amacının ve ders planının anonsu, izlenilecek yöntem ve kaynakçalarla ilgili bilgilerin verilmesi 2.Hafta: Reklam nedir? Reklamın işlevi ve türlerinin anlatımı 3.Hafta: Reklamcılık sektöründe meslek örgütleri, Reklam yapım yaklaşımları, Reklam anlatım biçimleri, Türlerden örnekler, Reklam Ajansı Organizasyonu ve Yönetimi – Ajans içinde yer alan bölümler ve sorumlulukları 4.Hafta: Reklam üretiminin gerçekleşme aşamaları medya planlama, Reklam stratejisinin geliştirilmesi ve reklam bütçesinin belirlenmesi- medya kararları - reklam ortamları 5.Hafta: Reklamda ölçümleme, Yapım aşamasında müşteri-ajansyapım şirketi üçgeni, Reklam bilgilendirme metninin (brief) yolculuğu 6.Hafta: Sosyal reklam kavramı ve sosyal reklam kampanyaları analizi - sosyal reklam öneri talebi 7.Hafta: Önerilerin değerlendirilmesi, Görsel-İşitsel Reklamda Jingle Ve Seslendirmenin Önemi 8.Hafta: Ara Sınav 9.Hafta: Reklamlarda senaryo ve storyboard'un önemi, Müşteri için reklam sunum dosyasının hazırlanması - Çekim öncesi ve sonrası hazırlıklar, Metin ve storyboard çalışmalarının talebi 10.Hafta: Metinlerin ve storyboardların sunuşu, Eleştiriler bağlamında müşteri sunum dosyası olarak revize edilme talebi, Reklam çekim ekibi ve görev tanımları 11.Hafta: Proje çekim hazırlıklarının değerlendirilmesi ve başlatılması 12.Hafta: Proje çekim aşaması 13.Hafta: Proje kurgu aşaması 14.Hafta: Proje değerlendirme
Kaynaklar	Nesrin Tan Akbulut, Elif Eda Balkaş, Televizyon Reklam Filmi Yapımı, Beta Yayınları, 2007 Nesrin Tan Akbulut, Elif Eda Balkaş, Adım Adım Reklam Üretimi, Beta Yayınları, 2006 Haluk Gürgen, Eli Acıman, Faruk Atasoy, Nükhet Vardar, Reklamcılık ve Satış Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1990 Müge Elden v.d., Şimdi Reklamlar, İletişim Yay., 2005 Book C, Albert-Schick, v.d., Reklamcılıkta Etiğin ve Taslağın

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1.Hafta: Derse giriş, dersin amacının ve ders planının anonsu, izlenilecek yöntem ve kaynakçalarla ilgili bilgilerin verilmesi
2	2.Hafta: Reklam nedir? Reklamın işlevi ve türlerinin anlatımı
3	3.Hafta: Reklamcılık sektöründe meslek örgütleri, Reklam yapım yaklaşımları, Reklam anlatım biçimleri, Türlerden örnekler, Reklam Ajansı Organizasyonu ve Yönetimi – Ajans içinde yer alan bölümler ve sorumlulukları
4	4.Hafta: Reklam üretiminin gerçekleşme aşamaları medya planlama, Reklam stratejisinin geliştirilmesi ve reklam bütçesinin belirlenmesi- medya kararları - reklam ortamları
5	5.Hafta: Reklamda ölçümleme, Yapım aşamasında müşteri-ajansyapım şirketi üçgeni, Reklam bilgilendirme metninin (brief) yolculuğu
6	6.Hafta: Sosyal reklam kavramı ve sosyal reklam kampanyaları analizi - sosyal reklam öneri talebi
7	7.Hafta: Önerilerin değerlendirilmesi, Görsel-İşitsel Reklamda Jingle Ve Seslendirmenin Önemi
8	8.Hafta: Ara Sınav
9	9.Hafta: Reklamlarda senaryo ve storyboard'un önemi, Müşteri için reklam sunum dosyasının hazırlanması - Çekim öncesi ve sonrası hazırlıklar, Metin ve storyboard çalışmalarının talebi
10	10.Hafta: Metinlerin ve storyboardların sunuşu, Eleştiriler bağlamında müşteri sunum dosyası olarak revize edilme talebi, Reklam çekim ekibi ve görev tanımları
11	11.Hafta: Proje çekim hazırlıklarının değerlendirilmesi ve başlatılması
12	12.Hafta: Proje çekim aşaması
13	13.Hafta: Proje kurgu aşaması
14	14.Hafta: Proje değerlendirme

