

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM430	Dijital Reklam Prodüksiyonu	8	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Reklam prodüksiyonunu tüm yönleriyle öğretmek, dijital reklamcılıkla ilgili temel bilgiler ve stratejileri öğretmek
İçerik	Etkili reklam üretiminin koşulları, reklam metni yazımı, senaryo aşaması ve yapımın gerçekleştirilmesine ilişkin temel bilgiler
Kaynaklar	Televizyon Reklam Film Yapımı, Nesrin Tan Akbulut & Elif Eda Balkaş, Beta Yayınları, 2007 Adım Adım Reklam Üretimi, Nesrin Tan Akbulut & Elif Eda Balkaş, Beta Yayınları, 2006 Reklamcılık ve Satış Yönetimi, Haluk Gürgen, Eli Acıman, Faruk Atasoy, Nükhet Vardar, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1990 Şimdi Reklamlar, Müge Elden v.d. İletişim yay.2005 Book C, Albert-Schick, v.d. Reklamcılıkta etin ve Taslağın İlkeleri Çev.Dilek Şendil, Yayınevi yay, 1998 Avery Jim, Advertising Campaign Planning, Chicago, 2000 Dijital pazarlama, Domian Ryan İş Bankası Kültür yayınları 2016 Geleneksel ve Dijital Reklamcılık, Recep Yılmaz-Nur Erdem Umuttepe yay.2016 Yeni Nesil Reklamcılık Fons Van Dyck. The kitap yay, 2015 Yaratıcı Reklamcılığın temelleri ken burtenshaw-nik nahon-caroline barfoot, literatür yayıncılık

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Derse giriş, Dersin açılışı; dersin amacının ve ders planının anonsu, izlenilecek yöntem ve kaynakçalarla ilgili bilgilerin verilmesi
2	Reklam nedir? Reklamın İşlevi ve Türlerinin anlatımı – Reklamcılığın tarihsel gelişimi Dünyada reklamcılık Türkiye’de Reklamcılığın gelişimi
3	Dijital reklam nedir? Yöntem ve stratejiler Reklamcılık sektöründe meslek örgütleri Reklam Ajansı Organizasyonu ve Yönetimi –Ajans içinde yer alan bölümler ve sorumlulukları Reklamlar yapım yaklaşımları Reklam anlatım biçimleri Türlerden örnekler
4	Reklam üretiminin gerçekleşme aşamaları Reklam çekim ekibinin kimlerden oluşur? Reklam stratejisinin geliştirilmesi Reklam bilgilendirme metninin(brief) yolculuğu reklam bütçesinin belirlenmesi
5	Sosyal Reklam kavramı ve sosyal reklam izleme-analiz sosyal reklam öneri talebi
6	Önerilerin değerlendirilmesi Reklamda ölçümleme- --Yapım aşamasında müşteri-ajans-yapım şirketi üçgeni-
7	Proje gerçekleştirme Görsel –İşitsel Reklamda Jingle Ve Seslendirmenin Önemi
8	Projelerin değerlendirilmesi eksiklerin giderilmesi
9	VİZE
10	medya kararları- medya planlama reklam ortamları- Reklamlarda senaryo ve storyboard un önemi- müşteri için reklam sunum dosyasının hazırlanması Ürün reklamı talebi -Yapım öncesi ve sonrası hazırlıklar- -metin ve storyboard çalışmalarının talebi
11	Metinlerin ve storyboardların sunuşu- eleştiriler bağlamında müşteri sunum dosyası olarak revize edilme talebi Proje yapım hazırlıklarının başlatılması
12	Proje yapım aşaması- öneri değerlendirme
13	Proje yapım aşaması revize
14	Proje değerlendirme