AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Reklam Filmi Yapımı								
Ders Kodu	RTS426		Ders Düzeyi	Lisans					
AKTS Kredi	5	İş Yükü	125 *(Saat)*	Teori	2	Uygulama	2	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Dersin amacı; reklam filmi yapımı için yaratıcı fikirler geliştirme, reklam filmi senaryosu yazma, reklam filmi yapım sürecini kavrama, reklam filmlerini yaratıcılık ve teknik açıdan değerlendirme bilgi ve beceri kazanmaktır.								
Özet İçeriği	Bu ders kapsamında yaratıcılık ve reklam ilişkisi sorgulanacak, yaratıcı reklam stratejisi geliştirme sürecinin aşamaları analiz edilecek, örnekler üzerinden reklam filmi yapım formatları ve teknikleri çalışılacak, reklam senaryoları yazılacak ve reklam filmlerinin yapım aşamaları deneyimlenecektir.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları		
Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	Baldwin, Huntley (1989). How to Create Effective TV Commercials. 2nd Ed. Lincolnwood, Ill. : NTC Business Books
2	Elin, L., Lapides, A. (2004). Designing and Producing the Television Commercial. Boston: Pearson A and B
3	Aitchison, Jim (2009). Televizyon Reklamı Böyle Yapılır. Çev: Aytül Özen. İstanbul: MediaCat
4	Babacan, Muazzez (2015). Nedir Bu Reklam?. 3. Baskı. İstanbul: Beta
5	Goldenberg, J., Levav, A., Mazursky, D., Solomon, S. (2010) Reklamın Şifresini Kırmak. Çev: Haluk Mesci. İstanbul: Starcom MediaVest Group
6	Özgür, Aydın Ziya (2010), Televizyon Reklamcılığı: Kavramlar-Süreçler. İstanbul: Der Yayınları
7	Elden Müge (2003). Reklam Yazarlığı. İstanbul: İletişim Yayınları

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin Hakkında Genel Bilgi ve Kaynakların Tanıtımı
2	Teorik	Yaratıcılık Kavramı ve Reklam
3	Teorik	Yaratıcı Strateji Süreci ve Reklam
4	Teorik	Reklam İçin Araştırma Yapma
5	Teorik	Yaratıcı Fikir Bulma ve Geliştirme
6	Teorik	Reklam Aracı Olarak Televizyon
7	Teorik	Televizyon Reklamlarının Unsurları ve Formatları
8	Teorik	Vize
9	Teorik	Reklam Filmi İçin Senaryo Yazımı I
10	Teorik	Reklam Filmi İçin Senaryo Yazımı II
11	Teorik	Storyboard Hazırlama
12	Teorik	Reklam Filmi Yapım Öncesi Çalışmaları
13	Teorik	Reklam Filmi Yapım Çalışmaları
14	Teorik	Reklam Filmi Yapım Sonrası Çalışmaları
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Reklam Filmlerinin Değerlendirilmesi

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	1	4	70
Ödev	2	5	6	22
Ara Sınav	1	13	0	13

Dönem Sonu Sınavı	1	20	0	20
			Toplam İş Yükü (Saat)	125
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	5
**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*				

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	Yaratıcı reklam fikir bulma, geliştirme sürecini kavrama ve deneyimleme.
2	Reklam aracı olarak televizyonun olanaklarını kavrama.
3	Reklam filmi yapmak için yaratıcı strateji süreci geliştirebilme.
4	Reklam filmi yapım tarzlarını, formatlarını ve tekniklerini kavrayabilme.
5	Film yapımının süreçlerini (yapım öncesi-yapım- yapım sonrası) planlayabilme.
6	Reklam filmi senaryosu yazım çalışmaları gerçekleştirme.
7	Reklam filmlerini yaratıcılık, yapım ve etkinlik açısından değerlendirebilme.
8	Reklam filmi uygulaması geliştirebilme.

Program Çıktıları *(Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)*	
1	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanlarına yönelik hukuki düzenlemelerin, yasa ve mevzuatın bilincinde olup, buna uygun davranabilmek
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranabilmek
3	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdeleyebilmek ve kullanabilmek.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek
5	Halkla İlişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve tekniklerini geliştirip, uygulayabilmek.
6	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek.
7	Halkla İlişkiler, reklamcılık, marka iletişim, pazarlama iletişimi, ikna edece iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip edip, kullanabilmek
8	Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medya ile ilgişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişim, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişklier disiplinin ve reklam disiplilinin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışasında yer alabilme, karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim becerilerini elde edebilmek
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar programları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek.
11	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu disiplinlerden yararlanabilmek
12	Bölgesel, ulusal, ve kürüsel konular/sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak, bunlarla ilgili kanıtlara ve araştırmalara dayalı çözüm önerileri geliştirebilmek ve bunları kamuya anlatabilme becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininden edilen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişmi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilmek.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi *1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek*

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5	ÖÇ6	ÖÇ7	ÖÇ8
PÇ1	5	4	5	4	5	5	3	4
PÇ2	5	4	5	4	4	4	5	4
PÇ3	4	5	5	4	4	4	4	4
PÇ4	4	4	4	4		4	5	2
PÇ5	5	5	4	4	2	4	5	4
PÇ6	4	4	4	4	5	4	3	2
PÇ7	4	5	4	4	4	4	4	4
PÇ8	5	4	4	4	5	4	5	2
PÇ9	4	4	4	4	4	4	5	3
PÇ10	5	5	4	4	5	3	4	3
PÇ11	5	4	4	4	3	3	4	2
PÇ12	4	4	4	4	2	3	4	3

PÇ13	5	4	4	4	3	3	4	2