



**YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
REKLAM TASARIMI VE İLETİŞİMİ BÖLÜMÜ**

**2018- 2019 AKADEMİK YILI
ADV 492 MEZUNİYET PROJESİ**

İÇİNDEKİLER:

- 1- GÜZ DÖNEMİ DANIŞMAN HOCALARI**
- 2- 2018-2019 AKADEMİK YILI ADV 492 PROJE TAKVİMİ**
- 3- BİTİRME PROJESİ İÇERİĞİ**
- 4- DANIŞMAN BELİRLENMESİ**
- 5- PROJELERİN KABULÜ**
- 6- PROJELERİN YÜRÜTÜLMESİ**
- 7- PROJELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ**
- 8- BİTİRME PROJESİNDE BAŞARILI OLMAK İÇİN ÖNEMLİ
HATIRLATMALAR**
- 9- JÜRİ YAPISI VE DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ**

1- ADV 492 BAHAR DANIŞMAN HOCALARI:

PROF. DR. BİLLUR ÜLGER
PROF. DR. R. MAHMUT OKTAY
YARD. DOÇ. DR. GÜLŐAH AYDIN
DR. ÖĞRETİM ÜYESİ CEYLAN YENER
ÖĐR. GÖR. SEVİL ÇÖREKÇİ

2- 2018 GÜZ AKADEMİK YILI ADV 492 MEZUNİYET PROJELERİ TESLİM TARİHLERİ:

28 Aralık 2018 Cuma günü saat 16.00 projelerin son teslim saati ve tarihidir. Projeler Bursiyer Asistan Zülal Camgöz'e teslim edilecektir. Bu tarihte projelerini teslim etmeyen öğrencilerin notları X'e dönüőtürülecektir.

3- BİTİRME PROJESİ DERSLERİNİN İÇERİĞİ

Reklam Tasarımı ve İletişimi Bölümü öğrencisi olan her öğrenci, mezun olabilmek için son dönem verilen bu dersi tamamlamak ve geçer not almak zorundadır. Öğrenciler mezuniyet projesi olarak dönemde tamamlamak üzere bir çalışma yapabilirler. Mezuniyet projeleri her öğrencinin birlikte çalışacağı bir danışman öğretim elemanı ile yürütülecektir. Projelerin içeriği, danışmanlık ve dersin gereklilikleri aşağıda belirtilmiştir. Bütün öğrenciler, bu kurallara uymak ve ders yılının başında açıklanacak olan zaman çizelgelerini takip etmekle yükümlüdürler.

Bitirme Projelerinin Kapsamı

1-Yazılı tez

Yazılı tez yapmayı seçen öğrencilerin ders yılı başında konularını ve danışmanlarını belirlemeleri gerekmektedir. Burada öğrencilerden, seçtikleri konu ile ilişkili kuramsal metinleri okumaları ve bu okumalardan yola çıkarak tez yazım kuralları çerçevesinde fikirleri dile getirmeleri beklenmektedir. Unutulmamalıdır ki;

1. Seçilen konu, genelden çok, özele indirgenmiş bir konu olmalıdır. Örneđin, “Reklamın Çocuklar Üzerindeki Etkileri”, fazlasıyla genel bir konudur. Çünkü söz konusu etki, reklamı yapılan ürünün kategorisine ve çocuğun yaşına göre farklılık gösterecektir. Dolayısıyla, bunun daha özele indirgenmiş hali, “Reklamlarda Kullanılan Ünlü

Kişilerin Ergenlerin Ürün Seçimine Etkileri” veya “Çikolata Reklamlarının 2-7 Yaş Çocuklarının Marka Seçimine Etkisi” (Burada bahsedilen yaş aralığı, Jean Piaget’nin çocukluk evreleri saptamasını baz almaktadır) şeklinde olabilir.

2. Tez, temeli APA (American Psychological Association) stiline dayanan Yeditepe Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun şekilde yazılmalıdır. Tez kapağı, basımı vs. de bu kurallar dahilinde olmalıdır. Yazım için faydalanmanız gereken linkler aşağıda belirtilmiştir:
<http://www.apastyle.org>
<http://writingcenter.yeditepe.edu.tr/>
3. Tez yazımında üzerinde durulması gereken en önemli prensip, akademik dürüstlüktür. Başkasına ait fikirleri ve gerçekleri kendi fikirlerinizmiş/gerçeklerinizmiş gibi gösteremezsiniz. Bundan dolayı kullandığınız kaynakların hem metin içinde (kullanıldıkları yerde) hem de en son “References”/”Kaynakça” bölümünde yukarıda belirtilen tez yazım kuralları çerçevesinde mutlaka gösterilmesi gerekmektedir. Nitekim yüksek lisans ve doktora tezlerinde olduğu gibi lisans tezlerinde de yapılması gereken şey, çok çeşitli ve nitelikli yerli-yabancı akademik kaynaklardan yararlanarak hipotezlerinizi öne sürmek ve bu hipotezlerden yola çıkarak saha araştırmanızı yapmaktır. Eğer bu sadece teorik bir tez olacaksa, iddianızı yine çok çeşitli ve nitelikli yerli-yabancı akademik kaynaklardan yararlanarak kanıtlamaya çalışmanız gerekmektedir.
4. Tezinizin yaklaşık toplam 50 sayfa civarı olması beklenmektedir.

2-Uygulamalı alanlar

Mezuniyet projesi olarak uygulamalı bir alanda çalışmayı seçen belirtilen türlerin ve formatların dışında bir alanda çalışmak isteyen öğrencilerin önerilerinin ADV Bölüm Öğretim Elemanlar tarafından değerlendirilmesi gerekmektedir. Seçilebilecek uygulamalı çalışma alanları aşağıdaki gibidir:

360 Derece Marka Çalışması

a) Adv 492 - 360 Derece Marka İletişimi Mezuniyet Projesi İçerik Akışı

Ana Başlıklar

- 1- Kampanya Künyesi
- 2- Marka Hakkında bilgi
- 3- Brief
- 4- Kurumsal Kimlik

- 5- Reklam Kampanyası Yaratıcı Fikri
- 6- Reklam Kampanyası Yaratıcı Çözümler
- 7- Digital Medya Çözümleri

1- Kampanya Künyesi

Boyut: 14 pt

Ajans:

Müşteri:

Marka:

Kampanya Türü: - Kurumsal Kampanya – Lansman Kampanyası – Relansman Kampanyası – Satış Kampanyası

Zamanlama:

2- Marka Hakkında bilgi

Boyut: 14 pt

- Markanın tarihi

- Marka kişilik analizi

3- Brief:

Boyut: 14 pt

a - Proje ve marka - ürün - hizmet hakkında genel bilgi:

Markanın güncel durumu, rakipler karşısındaki pozisyonu ve ihtiyaç duyulan iletişimin veya kampanyanın genel tanımı ve bu ihtiyacın sebebi genel olarak birkaç cümle ile belirtilmelidir.

b - İletişim hedefleri neler ve ne başarılması gerekiyor?

Kampanya sonrasında hedeflenen nedir? Tüketicinin zihninde oluşturulmak istenen düşünce ve algı, davranış, harekete geçirme, varsa rakamsal satış hedefleri, kırılması gereken bir rezistans(direnç) istenmeyen bir imaj varsa açıklanmalıdır.

c - Hedef kitle kim, kime sesleniyoruz?

İletişimin yapılacağı hedef kitle profili, varsa demografik bilgileri ve yaşam tarzı özellikleri. Bu durumda bir kişi tanımlama ve bu kişiyi tüm özellikleri ile (yaşı, mesleği, eğitimi, cinsiyeti, dinlediği müzik, gittiği mekanlar, giyim tarzı, hobileri vs) anlatmak hedef kitlenin gözümüzde canlanmasına ve hayatın içinden örnekler bulmaya yardım eder.

d- SATIŞ FİKRİ NEDİR (SELLING IDEA)

Bu ürünün tercih edilmesinin en önemli sebebi nedir?

Farklılaşan özellik veya vadedilen durum belirtilmelidir.

e- Hedef kitle bize neden inanmalı(mevcut veriler ve gerçekler)?

Ürün ile ilgili destekleyici veriler ve gerçekler. Bu teknik bir bilgi olabilir, bir üstünlük veya farklılık olabilir.

f- Hedef kitlenin ne yapması isteniyor (reaction is expected)?

Kampanya sonunda hedef kitlenin ne yapmasını istiyoruz (satın almasını mı bilinirliğinin artması ilebundan

çevresine bahsetmesini mi, markaya güvenmesini mi, ürünü ilk kez denemesini mi, web sitesine girip ürün hakkında bilgi almasını mı?

g- Hangi tonda ve nasıl konuşmalı (what is the tone of voice)?

Markanın hedeflenen kitle ile iletişim tonu belirlenmelidir.

Bilgilendirici, samimi, eğlenceli, güven uyandırıcı, bir topluluğa aidiyet hissettirici, ürünle duygusal bağ kuran.

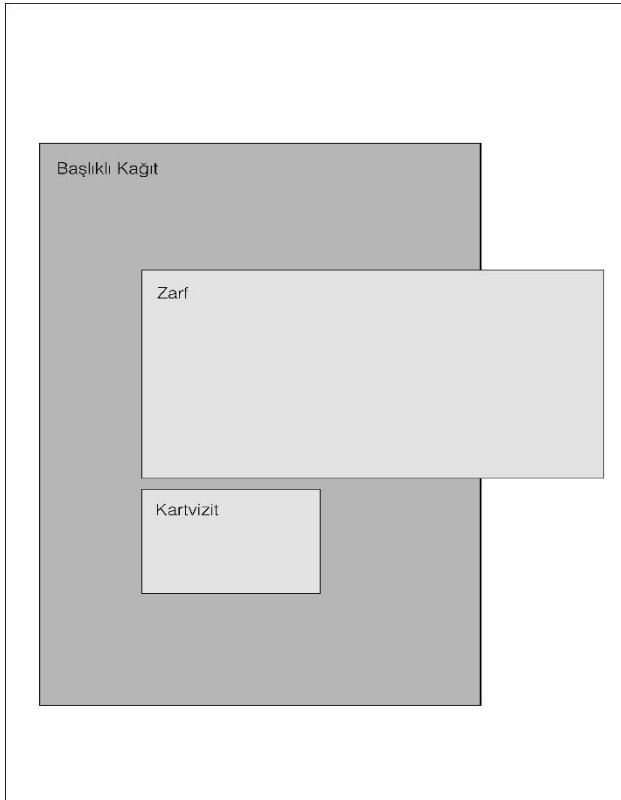
4- Kurumsal Kimlik

a- Logotype. Boyut: geniş kenar 20 cm

b- Başlıklı Kağıt, Boyut: A4

c- Zarf, Boyut: 22 cm – 11 cm

d- Kartvizit: 8.5 cm – 5.5 cm



5- Reklam Kampanyası Yaratıcı Fikri

a- Yaratıcı fikri özetleyen bir cümle

b- Kampanya ana sloganı

c- Concept Board

6- Reklam Kampanyası Yaratıcı Çözümler

a- Basın Kampanyası

- Gazeta ilanı yatay, Boyut: 9 st (35.4 cm) 26.5 cm
- Gazeta ilanı dikey, Boyut: 6 st (21.5 cm) 30 cm
- Dergi ilanı, 3 versiyon Boyut: 22 cm 30 cm

b- Basılı İşler

- Poster, Boyut: 24cm 36 cm
- Leaflet, Boyut: kapalı: 10 cm – 21 cm iki kırım , Açık Boyut:21 cm 30cm
- Satış Yeri Reklam Malzemesi, P.O.P malzemeleri Boyut: A3 kağıda 3 adet mekanizması açıklanarak

c- Outdoor

- Billboard, Boyut: 35 cm – 20 cm
- Raket Pano, Boyut: 20 cm – 33.5 cm
- Guerilla Marketing fikri

d- Tv Reklam filmi

- Reklam filmi senaryo formatında
- Storyboard, Boyut: her bir kare 10 cm – 8 cm

7- Digital Medya Çözümleri

- **İnternet Banner**, Boyut: 728 – 90 pixel yatay
- **İnternet Banner**, Boyut: 120 – 600 pixel dikey
- Facebook sayfası, ekran görüntüsü
- Viral film 30 sn'

3-Seçilen projenin sayısı ve süresi:

Yazılı tez dönemi kapsayan bir akademik çalışmadan oluşur. Tezin uzunluğu konuya, araştırma yöntem ve tekniğine bağlı olarak değişebilir.

Uygulamalı çalışma Projelerin süresi uygulama çalışmasının türüne göre değişiklik gösterebilir. Farklı türlerdeki projeler için alt ve üst limit süreler belirlenmiştir. Bu sınırlamalara göre uygulamalı projelerin süreleri en az ve en çok aşağıda belirtilen şekilde olabilir:

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|
| a) Kurumsal İletişim | En az 50 sayfa En çok 60 sayfa |
| b) 360 Derece Marka Çalışması | En az 50 sayfa En çok 60 sayfa |
| d) Tez | Tercihen 50 sayfa 75 sayfa olması |

4- DANIŞMAN BELİRLENMESİ

Mezuniyet Projesi dersi kapsamında her öğrenci, proje çalışması süresince kendisine danışmanlık yapacak bir öğretim elemanı ile birlikte çalışır. Danışman öğretim elemanının belirlenmesinde, öğrencilerin proje için birlikte çalışmak istedikleri öğretim elemanlarına öncelik verilerek düzenlenir. Seçilen danışmanın son değerlendirmeye danışmanı olduğu öğrenci sayısı ağırlığına, öğrencinin konusuna uygunluğuna göre yeniden bir düzenlemeye gidilebilir. Proje sürecinde danışmanın değiştirilmesi, öğrenci ya da danışman tarafından uygun bir proje gerçekleştirme süreci içerisinde geçerli bir gerekçeye bağlı olarak değiştirilebilir. Öğrenciler her danışmanın kendi çalışma yöntemine uymakla yükümlüdür.

5 – PROJELERİN KABULÜ

Her öğrenci, gerçekleştirmek istediği mezuniyet projesi için, projesi ile ilgili yaptığı ön hazırlık çalışmalarını, mezuniyet projesi takviminde belirtilen tarihte ve yerde komisyon üyelerine sunar. Projesi kabul edilen ve danışmanı onaylanan öğrenciler, kendi proje danışmanlarının belirlediği ve uygun gördüğü aralıklarla danışmanlarıyla görüşmek ve takvimde belirtilen tarihlerde tamamlamaları gereken çalışmaları birer basılı kopya ve dijital ortamda danışmanlarına ve mezuniyet projesi koordinatörü Zülal Camgöz'e teslim etmekle yükümlüdürler. Öğrencilerin süreç içinde proje değişikliği yapmaları kendi danışmanlarının onayına bağlıdır. Böyle bir durumda öğrencinin diğer danışman öğretim elemanlarını değişiklikten haberdar etmesi ve yeni proje önerisini teslim etmesi gerekir. Öğrenci proje değişikliği halinde de, çalışma takvimine uymakla yükümlüdür.

6 - PROJELERİN YÜRÜTÜLMESİ

Bir danışman eşliğinde gerçekleştirilen kuramsal ya da uygulamalı projeler her yıl belirlenen çalışma takvimindeki tarihler ve koşullar göz önünde bulundurularak yürütülür. Öğrenciler araştırma, geliştirme ve sonucun düzeltilmesine kadarki tüm aşamalarda danışmanın gözetiminde projelerini sürdürmek zorundadır.

7 – PROJELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Kuramsal çalışmalarda yazılı tez konuyla ilgili en az üç öğretim elemanından oluşan bir jüri tarafından değerlendirilir ve öğrenci jüri önünde sözlü savunma yapmakla yükümlüdür. İki döneme birden yayılan çalışma süreci söz konusu ise öğrenci danışman öğretim üyesinin gözetiminde çalışmalarını yürütür ve bu süreçte geldiği aşamalar da notlandırmada etkili olur.

Uygulama projelerinde değerlendirme her bir dönemde dağıtılacak olan çalışma takviminde belirtilen çalışmaların zamanında teslimine ve tamamlanmış projenin Mezuniyet Projesi Değerlendirme Jürisi ve öğrenciler önünde izlenmesine ve notlanmasına bağlı olarak gerçekleştirilir. Çalışma takviminde belirtilen sürelerde teslim etmeleri gereken belge ve

kayıtlanmış materyali teslim etmeyen öğrencilerin son notları bu husus dikkate alınarak verilir. Bütün aşamalarda getirilmesi gereken yazılı ya da kayıtlı materyaller hem öğrenci danışmanına hem de dersin koordinatörü olan kişiye hem de arşivde tutulmak üzere birer tane olmak üzere iki kopya olarak teslim edilir. Jüri önünde sunulup son not verilmeden önce bir kopyasının öğrenci tarafından saklanması gerekmektedir.

8- BİTİRME PROJESİNDE BAŞARILI OLMAK İÇİN ÖNEMLİ HATIRLATMALAR

- 1- Projenin verilen her aşamasının zamanında teslimi ve danışmanla olan işbirliği vize notu olarak ortalamaya yansıtacaktır. Zamanında istenilen gerekli aşama teslim edilmediği takdirde belli oranlarda not kaybı söz konusu olacaktır.
- 2- İstenilenlerin zamanında teslim edilip edilmediği, bölüm başkanı tarafından denetlenecek olup, danışmanın inisiyatifinde değildir. Danışman istisnai durumlarda bölüm başkanına gerekçe bildirebilir.
- 3- Projeler bir ders ödevi olarak değil bölümü ve öğrencinin yeterli bilgi birikimine sahip olup olmadığını ve bunu kullanma yeteneğini göstereceğinden, profesyonel kalite düzeyine erişemeyen projeler geri çevrilecektir.
- 4- Her proje öğretim üyelerinden ve danışmanlardan oluşturulacak bir jüri eşliğinde değerlendirilecek ve final notu olarak verilecektir.

9- JÜRİ YAPISI VE DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

- 1- Gereken projelerde yeterli araştırmanın yapıp yapılmadığı
- 2- Biçim ve içerik bütünlüğü
- 3- Özgün yaklaşım
- 4-Analitik yaklaşım
- 5-Görsel kalite
- 6-Problemin tanımlanması ve stratejik çözüm
- 7-Yaratıcı çözüm ve yaratıcı fikir
- 8-Sunum becerisi