|  |  |
| --- | --- |
| **Dönem** | Bahar |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Kodu** |  | **Dersin Adı** | Yaratıcı Marka Tasarımı |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Yarıyıl** | **Haftalık Ders Saati** | | | | | | **Dersin** | | | | | |
| **Teorik** | | **Uygulama** | **Laboratuar** | | | **Kredisi** | **AKTS** | | | **Türü** | **Dili** |
| 2 | 3 | | 0 |  | | | 3 | 7,5 | | | Zorunlu ( ) Seçmeli (x ) | Türkçe |
| **Dersin Kategorisi** | | | | | | | | | | | | |
| **Temel Eğitim** | | **Sanat** | | | **Tasarım** | | | | | **Görsel İletişim** | | **Sosyal Bilim** |
|  | |  | | | 2,5 | | | | | 5 | |  |
| **Değerlendirme Ölçütleri** | | | | | | | | | | | | |
| **Yarıyıl içi** | | | | | | **Faaliyet türü** | | | **Sayı** | | | **%** |
| I. Ara Sınav | | |  | | |  |
| II. Ara Sınav | | |  | | |  |
| Kısa Sınav | | |  | | |  |
| Ödev | | | 1 | | | 40 |
| Proje | | |  | | |  |
| Rapor | | |  | | |  |
| Diğer (………) | | |  | | |  |
| **Yarıyıl sonu sınavı** | | | | | | Proje | | | 1 | | | 60 |
| **Varsa önerilen önkoşullar** | | | | | |  | | | | | | |
| **Dersin kısa içeriği** | | | | | | Marka, Yaratıcı Marka stratejileri, marka yaratma süreçleri ve marka yaratma projesinin gerçekleştirilmesi. | | | | | | |
| **Dersin amaçları** | | | | | | Bu ders görsel iletişim tasarımı çalışma alanlarından olan iletişim, reklamcılık alanlarının önemli konusu olan marka hakkında daha ayrıntılı bir bakış açısı kazandırmak, marka geliştirme sürecini anlamak, marka yaratımda yaratıcı stratejileri, hedef kitle analizi ve yapılası gereken diğer analizlerden yola çıkararak yaratıcı marka yaratma süreçlerinin anlaşılmasını amaçlamaktadır. | | | | | | |
| **Dersin meslek eğitimini sağlamaya yönelik katkısı** | | | | | | Görsel iletişim tasarımı mezunları çoğunlukla, markalarla veya markalarla çalışan reklam ajansları, marka danışmanlık şirketlerinde çalışmaktadır. Bu nedenle iş hayatında marka yaratma ve marka stratejilerini bilmek sektörel başarısını arttıracaktır. | | | | | | |
| **Dersin öğrenim çıktıları** | | | | | | Marka kavramını tanımlar, pazarlama/ görsel iletişim ile ilişkisini açıklar  Markanın yalnızca ticari ürün ve hizmetler için geçerli olmadığını bilir ve sektörel önemini kavrar.  Marka yaratma süreçlerini bilir.  Marka yaratma süreçlerini uygular. | | | | | | |
| **Temel ders kitabı** | | | | | | Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing brand equity / Kevin Lane Keller  Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands / Alina Wheeler  Ferruh Uztuğ, Markan Kadar Konuş, İstanbul: Mediacat yayınları. | | | | | | |
| **Yardımcı kaynaklar** | | | | | | Budelmann, Kevin., Wozniak, Curt. Kim, Yang. (2010). Brand Identity Essentials: 100 Principles for Designing Logos and Building Brands, eBook Academic Collection (EBSCOhost) – Worldwide | | | | | | |
| **Derste gerekli araç ve gereçler** | | | | | | Bilgisayar | | | | | | |

*SBE-OU-01*

|  |  |
| --- | --- |
| **Dersin Haftalık Planı** | |
| **Hafta** | **Konular** |
| 1 | Marka kavramı ve ilgili kavramlar |
| 2 | Marka Tasarım Süreci |
| 3 | Marka Farkındalığı, Marka Çağrışımları |
| 4 | Marka İmajı, Marka Kişiliği |
| 5 | Marka Kimliği, Marka Denkliği, Marka sadakati |
| 6 | Marka kültürü, Marka Vaadi oluşturma |
| 7 | Marka konumlandırma |
| 8 | Arasınav |
| 9 | Marka stratejileri |
| 10 | Proje- Marka Yaratma |
| 11 | Proje- Marka Yaratma |
| 12 | Proje- Marka Yaratma |
| 13 | Proje- Marka Yaratma |
| 14 | Proje- Marka Yaratma |
| 15,16 | Final Haftası |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Program Çıktısı** | **3** | **2** | **1** |
| 1 | İleri düzey tasarım düşünme ve yaratıcı problem çözme becerisi | **x** |  |  |
| 2 | Görsel iletişim tasarımının teorik temellerini derinlemesine anlayarak, çeşitli tasarım disiplinlerine yönelik bilgi sahibi olma | **x** |  |  |
| 3 | İleri düzey yazılım ve dijital araçları etkili bir şekilde kullanma becerisi kazanarak, profesyonel projelerde yer alabilme. |  |  | **x** |
| 4 | Tasarım projelerini eleştirel bir perspektiften değerlendirme ve profesyonel geri bildirim verme becerisi. |  | **x** |  |
| 5 | Araştırma ve uygulama yöntemlerini kullanarak, bağımsız bir tasarım projesi geliştirme becerisi. | **x** |  |  |
| 6 | Estetik ve işlevselliği harmanlayarak, kullanıcı odaklı tasarımlar oluşturma becerisi. | **x** |  |  |
| 7 | Disiplinlerarası bir yaklaşımla farklı alanlardan gelen bilgileri tasarımlarına entegre edebilme becerisi. | **x** |  |  |
| 8 | Tasarım süreçlerini stratejik bir biçimde yöneterek, proje hedeflerine ulaşma becerisi. | **x** |  |  |
| 9 | Etik ve sosyal sorumluluk bilinciyle, tasarımlarında sürdürülebilirlik ve erişilebilirlik ilkelerini gözetebilme becerisi. | **x** |  |  |
| 10 | Küresel ve yerel kültürel bağlamlarda tasarım yapma yeteneği kazanarak, farklı hedef kitlelere yönelik çözümler üretebilme becerisi. | **x** |  |  |
| **1**:Hiç katkısı yok. **2**:Kısmen katkısı var. **3**:Tam katkısı var. | | | | |

*Aşağıdaki program çıktısı bölüm/programın yeterliliklerine göre belirlenmiş program kazanımlarıdır. Ulusal ve alan yeterliliklerine göre bu kazanımlar belirlenim çıktı ifadeleri hazırlanacaktır. Program çıktısı sayısı olarak daha az veya fazla ifade yer alabilir.*

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe SARITAŞ

Ders Öğretim Üyesi

29/09/2024 *SBE-OU-01*