

<b>DERS BİLGİLERİ FORMU</b>	
<b>Dersi Açan Fakülte/ Enstitü</b>	Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
<b>Dersi Açan Bölüm/ Ana Bilim Dalı</b>	Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
<b>Dersin Kodu</b>	GRT 409
<b>Dersin Adı</b>	Proje I
<b>Öğretim Dili</b>	Türkçe
<b>Dersi Alan Programlar</b>	Görsel İletişim Tasarımı Lisans Programı
<b>Ders Türü</b>	Zorunlu Bölüm Dersi
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans
<b>AKTS Kredisi</b>	8
<b>Ön Koşullar</b>	
<b>Dersin İçeriği</b>	Bir kurum/kuruluş için hazırlanan reklam/tanıtım kampanyası kapsamında çalışmalar yapılması. Hedef kitle analizleri, medya planlaması ve müşteri temsilciliği ön çalışmaları ile görsel bir üslup seçimi gerçekleştirilerek grafik tasarım tabanlı uygulamalar yapılarak ders tamamlanır.
<b>Dersin Amacı</b>	Kampanya uygulama çalışmalarına alt yapı oluşturacak tasarım elemanları ve disiplinler arası yapısına göre değişkenlik gösteren esnek tasarım ilkelerinin verilmesi. Alanla ilgili tasarım süreçlerinin uygulama çalışmalarıyla kavratılması. Karmaşık bilgi yapılarını amaca uygun, estetik ve özgün bir biçimde düzenleyebilmeye ilişkin kapsamlı projeler üretilmesi.
<b>Dersin Kazanımları</b>	Modern dünyada tasarımın farkındalık yaratma, bilinçlendirme, bilgilendirme ve bir etki oluşturma gibi güçlerini kavramak ve bunları uygulamalar ile çalışmalara aktarabilmek. Kampanya tasarımı uygulamalarının gerçekleşme süreçlerini öğrenmek. Uygulama projesi ile kampanya oluşturma sürecinde tasarım elemanlarını ve disiplinler arası doğasına uygun olarak değişkenlik gösteren esnek tasarım yaklaşımlarını öğrenmek.

<p><b>Ders Kitabı ve/veya Kaynaklar</b></p>	<p>Airey, D. (2015) Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities, 2nd Edition. U.S.A.: Peachpit Press.</p> <p>Fiell, C.&amp; P. (2002). Graphic Design for the 21st Century. Italy: Taschen.</p> <p>Lankow, J., Ritchie J., Crooks, R. (2012). Infographics. USA: John Wiley and Sons.</p> <p>Lester, P.M. (2014). Visual Communication: Images With Messages. Cengage Learning.</p> <p>Lupton; E. (2011). Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming. Princeton Architectural Press.</p> <p>Wheeler, A. (2013). Designing Brand Identity Fourth Edition. USA: John Wiley and Sons.</p> <p>Ayrıca derste gösterilen çağdaş örnekler ve çalışmalar da kaynak olacaktır.</p>
<p><b>Değerlendirme Ölçütleri</b></p>	<p><b>Katkı payı</b></p>
<p><b>Devam</b></p>	<p>10%</p>
<p><b>Laboratuvar</b></p>	<p></p>
<p><b>Uygulama</b></p>	<p></p>
<p><b>Alan Çalışması</b></p>	<p>10%</p>
<p><b>Ödev</b></p>	<p></p>
<p><b>Sunum</b></p>	<p></p>
<p><b>Projeler</b></p>	<p></p>
<p><b>Seminer</b></p>	<p></p>
<p><b>Ara Sınavlar</b></p>	<p>25%</p>
<p><b>Quiz</b></p>	<p></p>
<p><b>Final</b></p>	<p>55%</p>
<p><b>Toplam</b></p>	<p>100%</p>

<b>Ders Planı</b>	<b>Tartışılacak/ İşlenecek Konular</b>
<b>1. Hafta</b>	Ders içeriğinin genel olarak anlatılması.
<b>2. Hafta</b>	Proje konusunun seçiminde dikkat edilmesi gerekenlerin açıklanması.Yapılacak olan proje çalışmasında Hedef kitle analizlerinin nasıl yapılması konusunun anlatılması
<b>3. Hafta</b>	Daha önce yapılmış olan başarılı kampanyalardan örnekler gösterilmesi ve bu kampanya özelliklerinin irdelenmesi.
<b>4. Hafta</b>	Daha önce yapılmış olan başarılı kampanyalardan örnekler gösterilmesi ve bu kampanya özelliklerinin irdelenmesi. Proje konularının tartışılması
<b>5. Hafta</b>	Öğrencilerin yapmayı düşündükleri proje konularını sunmaları
<b>6. Hafta</b>	Proje ile ilgili tasarım uygulanmalarının bir bölümünün bitirilmesi.
<b>7. Hafta</b>	<b>Ara Jüri</b>
<b>8. Hafta</b>	Dijital ortamda yapılacak olan animasyon, video çalışmalarının geliştirilmesi
<b>9. Hafta</b>	Video, animasyon çalışmaları.
<b>10. Hafta</b>	Proje kapsamında yapılacak olan son uygulama çalışmalarının gerçekleştirilmesi
<b>11. Hafta</b>	Proje kapsamında yapılacak olan son uygulama çalışmalarının gerçekleştirilmesi
<b>12. Hafta</b>	Final- Jüri ve çalışmaların teslim edilmesi.