

İTÜ
DERS KATALOG FORMU
(COURSE CATALOGUE FORM)

Dersin Adı				Course Name		
İletişim Sanatı				The Art of Communication		
Kodu (Code)	Yarıyılı (Semester)	Kredisi (Local Credits)	AKTS Kredisi (ECTS Credits)	Ders Uygulaması, Saat/Hafta (Course Implementation, Hours/Week)		
				Ders (Theoretical)	Uygulama (Tutorial)	Laboratuvar (Laboratory)
SNT 116/ SNT 116E	Güz-Bahar Fall/Spring	3	4	3	-	-
Bölüm / Program (Department/Program)		Güzel Sanatlar Bölümü/Tüm programlar Fine Arts Department/All Programs				
Dersin Türü (Course Type)		Seçmeli Elective		Dersin Dili (Course Language)		Türkçe (Turkish)/ İngilizce (English)
Dersin Önkoşulları (Course Prerequisites)		Yok None				
Dersin mesleki bileşene katkısı, % (Course Category by Content, %)		Temel Bilim (Basic Sciences)	Temel Mühendislik (Engineering Science)	Mühendislik Tasarım (Engineering Design)	İnsan ve Toplum Bilim (General Education)	
		-	-	-	% 100 (SNT)	
Dersin İçeriği (Course Description)		Öğrencilerin bireysel ve kurumsal iletişim kurabilmeleri ve bu iletişimde gerekli medyayı (Reklam Halkla İlişkiler-Hİ, Tasarım, Sunum, vb.) yönetmeleri konularında bilgi aktarımı. Tüm bu içeriğin hareket noktası olan iletişim ve yaratıcı düşünce konusunda sunum uygulamaları yapılması. Ayrıca pazarlama sektörüne (Reklam - Reklam Ajansları, Medya Kuruluşları, Reklamveren, Prodüksiyon, Hİ, Medya, Tasarım, vb.) genel bir bakış açısı kazandırarak, yeterli hakimiyeti sağlaması.				
		Students' establishment on personal and institutional communication skills, hands-on learning about the management of the required media (Advertisement, Public Relations-PR, Design, Presentation etc.) of communication. Hands-on learning about communication and creative thinking by workshops. Give general information and brief perspective on marketing industry (Advertisement, Agencies, Media Companies, Publishers, Production, PR, Media Design. etc.).				
Dersin Amacı (Course Objectives)		Bu ders ile öğrencilerin, 1. sunum yapabilmesi ve yönetebilmesini sağlamak, 2. farklı disiplinleri tanımlarına imkan vermek (Fotoğraf, Reklam, Media, Hİ), 3. çok yönlü düşünce geliştirme ve yönetimi becerisi kazandırmak, sayısal zekanın yanı sıra yaratıcı zekayı harekete geçirmek, 4. kişilerarası etkileşim becerilerini geliştirmek amaçlanmaktadır.				
		This course aims, 1. to teach the students how to make presentations and to manage them, 2. to make them learn different disciplines (Photography, Advertisement, Media, PR), 3. to develop their multiple and versatile thinking and management skills, activate the creative intelligence as well as numerical intelligence. 4. to develop their skills on interpersonal relations.				
Dersin Öğrenme Çıktıları (Course Learning Outcomes)		Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrenciler; I. iletişim kurma becerisini geliştirir, II. iletişimini tüm alanlarda (bireysel, kurumsal ve ticari) kullanır, III. bireysel ve kurumsal sunum becerisine sahip olur, IV. başlangıç seviyesinde bireysel-kurumsal reklam yönetim bilgi ve yetisine sahip olur; kısmen kurumsal kimlik hakkında uygulama yönetim bilgisi edinir, V. bireysel ve kurumsal halkla ilişkiler uygulamaları hakkında bilgi sahibi olur, VI. yaratıcılığını geliştirir, yönetir ve gerekli ortamlara aktarır .				
		Students who pass the course will be able to: I. develop communication skills, II. use communication skills at different media (personal, institutional, commercial), III. gain personal and institutional presentation skills , IV. develop their knowledge and skills of advertisement management at beginner's level and partially have the know-how in management of corporate identity applications. V. develop their knowledge and skills on both personal and institutional public relations, VI. develop and manage their creativity and use it for various media.				

Ders Kitabı (Textbook)			
Diğer Kaynaklar (Other References)	<ul style="list-style-type: none"> • Ascer, Kate, <i>The Works: Anatomy of a City</i>, Penguin Books, London, 2007. • Heller, Steven, <i>The Anatomy of Design: Uncovering the Influences and Inspirations in Modern Graphic Design</i>, Rockport Publishers, Beverly MA, 2007. • Kerin, Roger, Hartly, Steven ve Rudelius William, <i>Marketing</i>, McGraw-Hill/Irwin, New York, 2012. • Kolektif, <i>200 Best Ad Photographers Worldwide</i>, Lürzer's Archieve, 2012. • Roberts, Kevin, <i>Lovemarks, The Future Beyond Brands</i>, Power House Books, 2004. • Stewart, Sally, <i>Media Training 101: A Guide to Meeting the Press</i>, Wiley, New York, 2003. • Temkin, Ann ve Rose, Bernice, <i>Thinking Is Form: The Drawings of Joseph Beuys</i>, Thames & Hudson, London, 1993. • Varnedoe, Kirk, <i>High and Low: Modern Art and Popular Culture</i>, The Museum of Modern Art, New York, 1990. 		
Ödevler ve Projeler (Homework & Projects)	<p>Öğrencilere dersi daha iyi anlamaları amacı ile her hafta uygulamalı ödev verilecek. Bunlar arasında seçilmiş konular hakkında, yazı kullanmadan görsellerle kolaj çalışması ve bu çalışmaların sunumları, PR sunumları, yaratıcı düşünmeyi geliştirmek amaçlı teknik yazı çalışmaları yer alacak.</p> <p>The students will be given weekly homework including collage works and their presentations on selected topics, PR presentations, technical writing practice in order to develop creative thinking.</p>		
Laboratuvar Uygulamaları (Laboratory Work)	Yok		
Bilgisayar Kullanımı (Computer Use)	Yok		
Diğer Uygulamalar (Other Activities)	Yok		
Başarı Değerlendirme Sistemi (Assessment Criteria)	Faaliyetler (Activities)	Adedi (Quantity)	Değerlendirmedeki Katkısı, % (Effects on Grading, %)
	Yıl İçi Sınavları (Midterm Exams)	1	%30
	Kısa Sınavlar (Quizzes)		
	Ödevler (Homework)	8-10	%30
	Projeler (Projects)		
	Dönem Ödevi/Projesi (Term Paper/Project)		
	Laboratuvar Uygulaması (Laboratory Work)		
	Diğer Uygulamalar (Other Activities)		
	Final Sınavı (Final Exam)	1	%40

DERS PLANI

Hafta	Konular	Dersin Çıktıları
1	İletişim ve iletişim ile bağlantılı diğer kavramlarla tanışma	I
2	İletişimi oluşturan bileşenler I: Pazarlama. Pazarlama terimleri hakkında genel kültür düzeyinde bilgilenme. Kişisel iletişime yönelik pratikler: Kolaj çalışması	I, VI
3	İletişimi oluşturan bileşenler II: Reklam. Tanımı, tarihçesi, önemli örnekler (2. Dünya Savaşı'ndan itibaren yazılı ve hareketli reklam evriminin, videolarla ve görsellerle desteklenerek incelenmesi), 1950'lerden günümüze ortaya çıkan değişimin nedenleri. Başarılı reklam örneklerinin incelenmesi ve tartışılması Kolaj çalışmalarının akıcılık, etkin ifadeyi yakalama, farklı düşünme becerileri bağlamında tartışılması	I, IV, VI
4	İletişimi oluşturan bileşenler III: Halkla İlişkiler Ajans içindeki sürecin işleyişi, prodüksiyon ve medyanın bu sürece etkilerinin tartışılması. Finansal katmanın irdelenmesi. Halkal İlişkiler'in pazarlama karması içindeki yeri, önemi ve etkisi. İletişimin gücünün farkındalığı ile etkili ve çarpıcı sunumlar hazırlamanın aşamaları	I, III, V, VI
5	Kurumsal kimlik nedir? Nasıl oluşturulur? Nasıl sürdürülür? Marka nedir? Neden önemlidir? Nasıl oluşturulur?	II, III, VI
6	Kurumsal kimliğin gerekli basılı / görsel malzemeleri ve tasarım süreçleri Öğrenci sunumları	II, III, VI
7	ARA SINAV	-
8	İletişimde görsel kullanımı: Fotoğraf, grafik, görsel tasarım. Örnekler üzerinden inceleme	II, VI
9	İletişimde yazının (tipografi ve içerik) önemi. Yaratıcı ve etkili yazı üzerine uygulamalar İlan tasarlanması. Görsel ve içerik bağlamında örnekler üzerinden tartışılması	II IV, VI
10	Sunum tekniklerine giriş. Bireysel sunum	II, III, VI
11	Etkili sunum yapmada görseelliğin rolü. Örnekler.	III, VI
12	İkili sunum.	II, III, VI
13	Grup Sunumu.	II, III, VI
14	Öğrenci sunumları Etkili iletişimin öğelerinin sunumlar üzerinden tartışılması	II, III, VI

COURSE PLAN

Weeks	Topics	Course Outcomes
1	Introduction to Communication and other related concepts	I
2	Communication componens I: Marketing. General information on the marketing terms. Personal Communication Practices: Collage work	I, VI
3	Communication componens II: Advertising. Description, history and important examples (The evolution of printed and visual advertisement since the II. World War will be analyzed via videos and collected images) The reasons of change through 1950's until today. The examination of and discussion on successful advertisement. The discussion of collage works in the context of fluency, effectiveness and skillfulness on different ways of thinking.	I, IV, VI
4	Communication componens III: Public Relations The examination of the process at the agency, the discussion on the effects of production and media over the process. The analyze of the financial issues. The place, importance and effect of Public Relations within the marketing mix. The stages of the preparations of effective and striking presentations with the awareness of the power of communication.	I, III, V, VI
5	What is corporate identity? How is it constituted? How is it maintained? What is brand? Why is it important? How is it constituted?	II, III, VI
6	The design process of the corporate identity and the essential printed/visual materials Student presentations	II, III, VI
7	MIDTERM EXAM	-
8	Use of images in communication: Photography, graphic, visual design. Via examples	II, VI
9	The importance of writing in communication (typography and content). Practices on creative and effective writing. Designing an advertisement with discussion on visual and content over the examples.	II IV, VI
10	Introduction the presentation techniques: Individual presentation	II, III, VI
11	The role of visuality in effective presertations. Examples	III, VI
12	Dual presentation	II, III, VI
13	Group presentation	II, III, VI
14	Student presentations and discussion of the factors of effect ive communication	II, III, VI

Dersin Programıyla İlişkisi

	Programın mezuna kazandıracığı bilgi ve beceriler (programa ait çıktılar)	Katkı Seviyesi		
		1	2	3
a				
b				
c				
d				
e				
f				
g				
h				
i				
j				
k				

1: Az, 2. Kısmi, 3. Tam

Relationship between the Course andEngineering Curriculum

	Program Outcomes	Level of Contribution		
		1	2	3
a				
b				
c				
d				
e				
f				
g				
h				
i				
j				
k				

1: Little, 2. Partial, 3. Full

<u>Düzenleyen (Prepared by)</u>	<u>Tarih (Date)</u> 19 Haziran 2013	<u>İmza (Signature)</u>
---------------------------------	--	-------------------------