

T.C MALTEPE ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ

Bitirme Projesi Önerisi/Bitirme Projesi:

YAPILAN ÇALIŞMANIN ADI

Proje Türü

Hazırlayan: Öğrencinin Adı ve Soyadı

Okul Numarası

Danışman: Danışmanın Adı ve Soyadı

İSTANBUL, 2025

İÇİNDEKİLER

1.	PROJE KÜNYESİ	3
2.	PROJE KONUSU VE AMACI	3
3.	ALAN ARAŞTIRMASI.....	3
3.1.	Yazım Kuralları:	3
3.2.	Dipnot Kuralları	4
3.3.	Kaynakça Kuralları.....	4
4.	SWOT VE REKABET ANALİZİ.....	4
5.	PROJENİN HEDEF KİTLESİ, MESAJ VE MEDYA STRATEJİSİ	4
6.	FAALİYET VE MEDYA PLANI.....	5
7.	PROJE BÜTÇESİ	6
8.	KAYNAKÇA	6

1. PROJE KÜNYESİ

Projenin Başlığı: Projenin tam adı/başlığı yazılır. Örnek Başlık: Psikolojik Destek

Proje Alanı: Bitirme projesi uygulama alanları bölümünde yer alan proje türlerinden biri belirtilmelidir. Örneğin; fotoğraf projesi, arayüz tasarımı projesi...

Hazırlayan Öğrenci: Hazırlayan öğrencinin adı-soyadı ve öğrenci numarası

Danışman Öğretim Elemanı: Danışman öğretim elemanının titri ve adı

Proje Dönemi: 2020-2021 Bahar Yarıyılı

Teknik Araç Listesi: Kullanılan teknik araçlar ve yazılımlar bu bölüme yazılabilir.

*Yukarıdaki maddelere ek olarak proje özelinde açıklanmasına ihtiyaç duyulan paydaşlar, finansman gibi maddeler eklenebilir.

2. PROJE KONUSU VE AMACI

Projenin seçilme nedeni, erişmek istediği amaç ve konusu bu bölümde detaylı olarak sunulmalıdır.

3. ALAN ARAŞTIRMASI

Alan araştırmasına literatür taraması ve/veya birincil araştırma yöntemi sonuçları ile başlanır. Bunlar aşağıda tarif edildiği gibi dipnot ve kaynakça bilgileri ile sunulmalıdır. Literatür taramasında konuyla ilgili kitaplar, süreli yayınlar, tezler, örnek teşkil edecek önceki çalışmalar araştırılabilir. Öğrenciler literatür taramasına ek olarak kendi uygulayacakları anket, inceleme, röportaj, gözlem vb. birincil araştırmaları da gerçekleştirerek projelerine amaç tayin edebilirler.

Uyarı: Proje dosyasında yer alması istenen ve yukarıda belirtilen başlıkların açıklamaları en az iki paragraftan oluşması ve proje konusunu ve içeriğini zenginleştiren detaylı ve bilgilendirici bilgiler yer almalıdır.

3.1. Yazım Kuralları:

Proje yazılı metinleri, MS Word ya da benzer kelime işlemci programlarda hazırlanarak teslim edilmelidir. A4 kâğıt boyutu tercih edilmelidir.

Yazı karakteri olarak Arial kullanılmalı ve 1.5 satır aralığı bırakılmalıdır. Ana başlıklar bold/kalın ve büyük harflerle 12 punto; alt başlıklar ise bold/kalın ve küçük harflerle 11 punto yazılacaktır. Gövde metinleri ise normal 11 punto olacaktır. Paragraf arasında 6 pt boşluk bırakılacaktır.

Sayfanın sol kısmında 3 cm, sağ ve üst kısmında 2,5 cm, alt kısmında ise 2 cm boşluk bırakılacaktır. Sayfalar numaralandırılmalı ve içindekiler sayfası hazırlanmalıdır. İçindekiler sayfası için ana başlıklar ve alt başlıklar 'başlık 1' ve 'başlık 2' olarak tanımlanmalı, sayfa numarası verilmeli ve otomatik olarak güncellenmelidir.

Bu dosyanın formatı yukarıdaki açıklamalara göre düzenlenmiştir. Proje dosyanızı bu format üzerinde hazırlayarak I. Ara sınavda teslim edebilirsiniz.

3.2. Dipnot Kuralları

Dipnot: Metin içi dipnot gösterme yöntemiyle yapılacaktır. Aynen alıntı yapıldığı durumlarda kullanılır. Alıntı tırnak içinde verilmelidir. Amaç, alıntının yapıldığı kaynağın bilgilerini vermektir. Yazarın soyadı, eserin yayımlanma yılı, sayfa numarası sıralanarak bunlar aşağıdaki örnekte olduğu gibi parantez içinde alıntının ardına eklenir.

Örnek: "... (Karasar, 2001, s.25).

3.3. Kaynakça Kuralları

Kaynakça: Raporun sonunda, kullanılan kaynakların sıralanması işlemidir. Yararlanılan kaynaklar alfabetik sıraya göre dizilirler. Yazarın soyadı, eserin yayımlanma yılı, eserin adı, yayımlayan kurum ya da yayınevi bilgilerini içinde barındırır. Kaynakça da yeteri sayıda kaynak bulunmalıdır.

Örnek: Karasar, Şahin. (2001) Televizyon Programcılığı: Yayın Planlama. Ankara: Gazi Üniversitesi Basımevi.

Alan araştırmasının niteliği ve derinliği proje alanına ve konusuna göre değişiklik gösterir. Bununla birlikte alan araştırmasının öğrencinin konu hakkında yeterli bilgi birikimine sahip olduğunu ve dolayısıyla projede benimsediği yaklaşım ve kullandığı teknik üslupları bu bilgi birikimi temelinde geliştirdiğini gösterir.

4. SWOT VE REKABET ANALİZİ

Bu bölümde SWOT analizi, rekabet analizi (önceki ya da mevcut rakip projelerin analizi) yer almalıdır.

5. PROJENİN HEDEF KİTLESİ, MESAJ VE MEDYA STRATEJİSİ

Projenin hedef kitlesi bir iletişim tasarımı projesinin *kime* yönelik hazırlandığını açıklamaktadır. Mesaj stratejisi hedef kitleye *ne söyleneceğini*; medya stratejisi ise *nerede söyleneceğini* ortaya koymaktadır. Hedef kitleyi birkaç kelime ile tanımlamanın yanı sıra hazırlanacak iletişim tasarımı projesine yön verecek yaşam tarzı, medya tüketim alışkanlıkları, tutumları vb.

açıklanabilir. Örneğin, ilköğretim dönemi çocuk kitapları projesinde çocuklarda görsel algı, dikkat süresi vb. unsurlar açıklanabilir.

Mesaj stratejisi, iletişim tasarımı ürününün neyi nasıl söyleyeceğini ortaya koymaktadır. Tasarımda kullanılan görsel ve dilsel mesajların ve mesajı aktarmada kullanılan üslubun açıklandığı bölümdür. Örneğin, afiş tasarımı projesinde kullanılan görsel ve dilsel iletilerin tanımı ve mesajı yaratıcı, etkili bir biçimde aktarmaya yarayacak mizah, korku vb. çekiciliklerin açıklaması bu bölümde yapılabilir. Medya stratejisi mesajın nerede yer alacağını açıklayan bölümdür. Kullanılan iletişim araçları mesajın içeriğini ve teknik niteliklerini belirler ya da bunlar tarafından belirlenir.

6. FAALİYET VE MEDYA PLANI

Projenin kurguladığı faaliyetlerin ve medya planlamasının detaylarını açıklayan bölümdür. Uygun proje türlerinde yıllık takvim ve faaliyetleri gösteren çapraz tablo hazırlanabilir.

MEDYA PLANI																																
AY	KASIM								ARALIK				OCAK				ŞUBAT				MART				NİSAN				MAYIS			
HAFTA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
GÜN	6	7	13	14	20	21	27	28																								
BASILI REKLAMLAR																																
DERGİ																																
COSMOPOLITAN																																
HARPER'S BAZAAR																																
MARIE CLAIRE																																
INSTYLE																																
INSTYLE (Güzellik Eki)																																
VOGUE																																
ELLE																																
SUPER																																
ALL																																
ALEM (HAFTALIK)																																
HELLO (HAFTAIK)																																
AÇIK HAVA REKLAMLARI																																
BILLBOARD																																
MEGABOARD																																
RAKET																																
SİLİNDİR																																
BİNA GYDIRME																																
ONLINE REKLAMLAR																																
WEB SITE																																
MODA PORTALLARI VE BLOGLAR																																
SOSYAL MEDYA																																
BANNER																																
ETKİNLİKLER																																
BASIN LANSMANI																																
ÇAY DAVETLERİ																																
1.ÇAY DAVETİ (ÜNLÜLER)																																
2.ÇAY DAVETİ (BLOGGERLAR)																																
3.ÇAY DAVETİ (SOSYETE-1)																																
4.ÇAY DAVETİ(SOSYETE-2)																																
TANITIM STANDLARI																																
İSTANBUL																																
İSTİNYEPARK (SEPHORA)																																
CAPITOL (BOYNER)																																
ASTORIA (SEPHORA)																																
PALLADIUM (SEPHORA)																																
METROCITY (BOYNER)																																
BAĞDAT CADDESİ (BOYNER)																																
İZMİR																																
EGEPARK (BOYNER)																																
ANKARA																																
ANKAMALL (BOYNER)																																
PANORA (SEPHORA)																																
KAMPANYALAR																																
YILBAŞI																																
SHOPPING FEST																																

7. PROJE BÜTÇESİ

Bütçe planı, kendi çalışma sürecinizi planlamanız, tasarımlarınızı uygulanabilir ve uygun maliyetli medya araçlarına göre gerçekleştirmeniz ve sektörel çalışmaya ön hazırlık yapmanız amacıyla istenmektedir.

Tasarımlarınız eskiz/storyboard/kurgu aşamasındayken uygulanabilirliklerini ve bütçe araştırmasını yapmanız istenmekte ve bu araştırmalarınızı ara sınavlarda sunmanız beklenmektedir.

Faaliyet ve medya planında belirtilen çalışmaların bütçelerini araştırarak yaklaşık öngörülen meblağların belirteceğiniz bir çizelge hazırlamalısınız.

8. KAYNAKÇA

Proje yazarken kullanılan ve dipnotlarda belirtilen kaynakların detaylı açıklaması yapılır. Basılı kaynaklarda yazar, eser adı, basım yılı ve yeri bilgilerine ek olarak dijital kaynaklarda erişim adresi de eklenmelidir. Kaynakça için yazım kuralları bölümüne bakınız.