



**ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ**

**REKLAM TASARIMI VE İLETİŞİMİ BÖLÜMÜ**

**MEZUNİYET PROJESİ I VE II  
DERSLERİNE İLİŞKİN USUL VE ESASLAR**

İstanbul 2019

## **Reklam Tasarımı ve İletişimi Bölümü Mezuniyet Projesi Dersine İlişkin Usul ve Esaslar**

Mezuniyet projesi, Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklam Tasarımı ve İletişimi Bölümü öğrencilerinin eğitimleri süresince elde ettikleri bilgi birikimi ve becerilerinin uygulamaya yansımalarının önemli bir parçasıdır. Öğrencilerimizin projeler ve akademik çalışmalar üretmeye teşvik edilmesi Reklam Tasarımı ve İletişimi Bölümünün temel amaçlarından biridir.

Mezuniyet Projesi dersi kapsamında, öğrencilerimizin 4 yıl boyunca edindikleri bilgi ve becerileri yansıtan kalitede bir proje gerçekleştirmeleri beklenmektedir. Bu nedenle fikir üretmekten çalışmanın sunumuna kadar her aşamaya gerekli özenin ve çabanın gösterilmesi gerekmektedir.

Tüm mezuniyet projeleri akademik ve mesleki etik ilke ve kurallara uygun hazırlanmalıdır. Değerli mezun adaylarımız 4 yıllık uzun ve zorlu bir eğitim sürecinin son senesindeyiz ve artık profesyonel hayata geçişin son adınızdır. Uygulama yolunda atacağınız bu adımlar sizin sektördeki başarılarınızı da olumlu etkileyecektir. Bu kılavuz sizin mezuniyet projesi dersiniz için bir yol gösterici niteliği taşıyacaktır ve projelerinizi teslim ederken değerlendirme aşamasında nelerin gerekli olduğu hakkında size detaylı bilgilendirme yapmak için hazırlanmıştır.

### **1. Danışman Belirlenmesi Aşaması**

Reklam Tasarımı ve İletişimi Bölümü öğretim üyeleri her akademik dönemde bitirme projelerine danışmanlık yapmakla da yükümlüdürler. Öğrenci, mezuniyet projesinde birlikte çalışmak istediği danışmanı ders kayıt haftasında seçer. Ekleme bırakma haftasının sonuna kadar değişiklik yapılabilir.

Danışman belirlenmesinde bölümün tam zamanlı bütün öğretim üyeleri yoğunluk durumu, öğrencilerin çalışma alanı tercihleri ve akademik ilgi alanları göz önüne alınarak eşit bir paylaşıma gidilir. Öğrencilerin seçimleri tamamlandıktan sonra öğretim üyeleri bir araya gelerek değerlendirme yaparlar ve öğrenci sayılarına, öğrencilerin ilgi alanlarına göre yeniden bir düzenlemeye gidilebilir.

### **2. Proje Türleri ve Konu Seçimi**

Mezuniyet Projesi dersi kapsamında yapılacak çalışmalar aşağıda belirtilen kategoriler kapsamında gerçekleştirilebilir:

- 1. Tez formatlı çalışma (iki dönemi kapsar)**
- 2. Proje formatlı çalışma (360 derece bütünlük pazarlama iletişimi anlayışı çerçevesinde reklam kampanyası hazırlanması vb./iki dönemi kapsar)**

- **Mezuniyet Projesi** dersini tez formatında yazmak isteyen öğrenciler çalışmalarını Güz ve Bahar olmak üzere iki dönem içerisinde tamamlayabilirler. Tez formatını tercih eden öğrencilerin ayrıca proje veya etkinlik çalışmalarında yer almaları beklenmez.
- **Tez Formatını** tercih eden öğrenciler bu metnin ilgili kısmında yer alan biçimsel ve içerik ile ilgili koşullara uymakla yükümlüdür.
- **Mezuniyet Projesi** dersini proje olarak (yani reklam kampanyası formatında) hazırlamayı tercih eden öğrenciler kampanya çalışmalarını iki dönem içerisinde tamamlayabilirler.
- **Reklam Kampanyası** hazırlamak isteyen öğrenciler bu kılavuzun 6. maddesinde yer alan biçimsel koşullara uymakla yükümlüdür.
- **Danışmanlık ve Mezuniyet Projesi Öğrencisinin Sorumlulukları**
  - Dönem boyunca öğrenci, mezuniyet projesi danışmanı ile düzenli görüşmeler yapar.
  - Öğrenci, danışmanı tarafından kendisine verilen görevleri verilen süre zarfında yapmakla ve dönem boyunca düzenli olarak raporlamakla yükümlüdür.
  - Öğrencinin danışmanı tarafından verilen sürelerle uyması ve danışmanı tarafından programlanan görüşme saatlerini göz önüne alarak zamanında gelmesi değerlendirme ve notlama kriterleri kapsamında yer alır.

### 3. Tez Yazacak Öğrenciler için Kurallar

#### 3.1. Tez Yazan Öğrenciler için Biçimsel Koşullar

- Mezuniyet projesi, öğrenim görülen lisans programı dilinde yazılır.
- Sayfa düzeni, biçim ve yazım standartları ve kaynakça için **Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi akademik dergisi olan “Etkileşim”** yazım kuralları geçerlidir. <https://uskudar.edu.tr/tr/sureli-yayinlar/9/etkilesim-dergisi>
- Öğrenciler yazım ortamı, yazı alanı ve bloklama, satır aralıkları ve paragraflar, ana ve ara başlıklar için Etkileşim Dergisi kurallarını öğrenmek ve uygulamakla yükümlüdür.
- Tezin kapağında **üniversite, fakülte ve bölüm adı, proje adı, proje türü, proje sahibinin adı-soyadı, numarası, İstanbul yazısı ve tezin yazıldığı yıl** sıra ile yer alır (Bkz: EK 1).
- İçindekiler bölümü dosyadaki sayfa numaralarına göre düzenlenmiş biçimde olmalıdır (Bkz: EK 2).
- Dosyanın sonunda kaynakça mutlaka belirtilmelidir.
- Mezuniyet tezi iki dönem sonunda, ilgili dönemin final sınav tarihleri dâhilinde spiral cilt yapılmış olarak danışmana teslim edilmelidir.

#### 3.2. Tez Yazan Öğrenciler için İçerik Koşulları

- Tez yazan öğrenciler danışmanlarına derslerin başlamasından itibaren ilk dört hafta içinde bir öneri dosyası sunmalıdırlar. Öneri dosyasında;
  - i. Giriş

- ii. Tezin konusu, problem alanı
- iii. Konunun önemi
- iv. Ön yazın taraması
- v. Araştırma yöntemi
  - Araştırmanın amacı
  - Araştırma soruları ve/veya hipotezleri
  - Varsayımlar
  - Veri toplama tekniği,
  - Veri analiz tekniği
  - Çalışmanın planı
- vi. Kaynakça
- vii. Tez planlaması ve çalışma takvimi: Araştırma, uygulama, yazım, sunum aşamaları ve tarihleri yer almalıdır.

- Tez önerisi kabul edilen öğrenci, danışmanının belirlediği ve Stix’te ilan ettiği gün ve saatlerde görüşmeye gelerek öneride yer alan aşamaları takip eder. Öğrencinin, ilk dönemin sonunda 8.000 – 9.000 kelimedenden (yaklaşık 30 sayfa) oluşan yazın taraması ve kavramsal çerçeve çalışmasını tamamlayarak Reklam Tasarımı ve İletişimi Bölümü Başkanı tarafından oluşturulan jüri önünde sunması gerekmektedir. Bu bölüm için kaynakça en az 20 makale, 15 kitap ve diğer çevrimdışı/çevrimiçi kaynaklardan oluşmalıdır.
- Tez yazan öğrenci ikinci döneminde ise kavramsal çerçevesini oluşturduğu konuda birincil araştırmasını tamamlamalıdır. Bu araştırma danışmanın yönlendirmesiyle; anket, derinlemesine görüşme, odak grup, içerik analizi, gösterge bilimsel analiz, örnek olay çalışması vb. yöntemler ile yapılmalıdır.
- Tüm tezlerde birincil araştırma yapılması koşulu aranacaktır.
- Öğrencinin iki dönem sonunda teslim edeceği tez toplamda 15.000 kelimeyi (yaklaşık 50 sayfa) geçemez.
- Öğrenci tezini, ikinci dönem sonunda Reklam Tasarımı ve İletişimi Bölümü Başkanı tarafından oluşturulan jüri önünde sunmakla yükümlüdür. Dersin geçme notu jüri notlarının ortalaması alınarak her dönem sonunda harf notu olarak verilir.
- **Fikir hırsızlığı nedir?**
- Bitirme tezini yazarken dikkat etmeniz gereken en önemli konulardan birisi de emek hırsızlığı yapmamak ve kaynak göstermektir. Kaynak göstermeden, yazarın adını belirtmeden bir eserden parçalar alma, kendinin imiş gibi gösterme veya bir eserin bütününe kendine mülk etme, aşırma, fikir hırsızlığına girer. Fikir hırsızlığı akademik ahlaka mugayir olduğu gibi 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’nun 35. maddesine göre suç teşkil etmektedir. İntihalin çeşitli biçimleri aşağıdaki gibidir.
- Aynen kopyalamak: Bir başkasına ait yazının / eserin tamamının veya bir kısmının bire bir kopyalanması ve kaynak gösterilmemesi.
- Değiştirerek yazmak: Bir başkasına ait yazının / eserin tamamının veya bir kısmının kimi cümlelerinin değiştirilerek ve kaynak gösterilmeden kullanılması.

- Düşünceyi çalmak: Bir başkasının ifade ettiği bir düşüncenin kaynak gösterilmeden bir yazıya konu edilmesi.
- Bu nedenle tezlerinizde kullandığınız kaynakların referanslarını açık bir şekilde vermekle yükümlüsünüz. Yapacağınız alıntılar iki şekilde olabilir. Birincisi, bir metni olduğu gibi tırnak işareti içinde belirterek kopyalamaktır. İkincisi ise bir fikri, birebir aynı kelimeler kullanarak değil, kendi kelimelerinizde yeniden ifade etmektir. İki halde de fikri alıntıladığınız esere referans vermekle yükümlüsünüz.
- Tezleriniz jüriye sunulmak üzere teslim edilmeden önce fikir hırsızlığına karşı test edilmek üzere ilgili programa sokularak alıntı/benzerlik oranınız tespit edilecektir. Elbette benzerlik ve alıntı olması normaldir. Bu normalin üst sınırı %30'dur. Bunun üzerindeki tezler gözden geçirilmek üzere yazarına teslim edilir. Anormal benzerlik bulunan tezler intihal suçuyla akademik kurula intikal ettirilir.

#### 4. Proje Kategorisindeki (Reklam Kampanyası) Çalışmalar için Uyulması Gerekli Kurallar

- Reklam kampanyası yapacak olan öğrenciler, 6-8 kişilik proje grupları şeklinde çalışmak durumundadırlar.
- Öğrenciler danışman seçimi yaparken, grup ve konu önerileri hazırlayarak çalışmak istedikleri öğretim elemanı ile görüşmeli; bu görüşmeden çıkacak sonuç ile ders/danışman seçimi yapmalıdır. Öğrenciler kampanyalarında bir reklam kampanyasında olması gereken tüm aşamaları eksiksiz hazırlamakla yükümlüdür.
- Seçilen kampanyanın önemi ve faydası açıklanabilmelidir. Kampanyayı yapacak olan siz öğrencilerin reklam ajansınızdaki görev tanımlarınız ve isimleriniz mutlaka proje dosyasında belirtilmelidir.
- Proje dosyası imla kuralları gözetilerek yazılmalıdır.
- 360 derece marka ve reklam çalışmaları için brief danışmanlarınız tarafından verilecek ve bu brief doğrultusunda yaratıcı brief şekillendirilecektir.
- Grup çalışmalarında mutlaka herkesin görev tanımı ve ne oranda bu görevini yerine getirdiği yazılı olarak belirtilecektir.
- Danışmanlarınızın belirlediği saat dilimlerine ve ofis saatlerine uyacak şekilde aklınıza takılan soruları sorabilirsiniz. (Söz konusu görüşme saatleri danışman hocaların müsaitlik durumuna göre dersin resmi yazışma kanalı olan Stix programında yer alacaktır.).

Reklam kampanyasının uygulama ve raporlama aşaması için bazı başlıklar belirlenmiştir. Bu başlıklar ile ilgili soru, görüş ve önerileri almak için danışmanın görüşme saatlerinde öğrenciler akıllarına takılan soruları sorabilirler. Kampanyada yer alması gereken başlıklar aşağıdaki gibidir:

- Kampanya Künyesi
- Öğrencilerin Kurduğu Reklam Ajansındaki Görev Tanımları Hakkında Bilgi
- Marka Hakkında kısa bilgi
- Brief
- Ajans Çalışanları Hakkında
- Yaratıcı Brief (Müşteri Briefinden farklı olarak yazılan Debrief)
- Durum Analizi
- İletişim ve Reklam Sorunu
- Vaatler
- Yaratıcı Strateji
- Yaratıcı Uygulamalar
- Medya Kararları ve Uygulama Stratejileri
- Bütçe

- Her proje grubu ilgili dönemin sonunda hazırladığı sunumu Reklam Tasarımı ve İletişimi Bölümü Başkanı tarafından oluşturulan jüri önünde sunmakla yükümlüdür.
- Raporun kapağında **Üniversite, Fakülte ve Bölüm adı, Ders adı, Proje adı, proje türü, proje sahibinin adı-soyadı, numarası, İstanbul ve yılı** sıra ile yer alır (Örnek için Bkz: EK 1).
- Her proje grubu, raporunu ilgili dönem sonunda final sınav tarihleri dahilinde spiral ciltli olarak danışmana teslim etmelidir.
- Dersin geçme notu jüri notlarının ortalaması alınarak her dönem sonunda harf notu olarak verilir.
- Jüri sunumları gününde, proje grupları kendi kurdukları reklam ajanslarının her bir üyesini çalışma ve kampanyaya gösterdiği katkıları açısından değerlendirmek için bir form doldururlar. Böylece o üyenin ekip çalışmasına ne oranda katkıda bulunduğunu puan vererek ifade ederler.



**T.C.**

**ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ**

**REKLAM TAZASIMI VE İLETİŞİMİ BÖLÜMÜ**

.....

**(PROJE ADI)**

**MEZUNİYET PROJESİ**

**ÖĞRENCİ NUMARASI ADI SOYADI**

.....

**(GRUP ÜYELERİ İSİMLERİ – SOYADA GÖRE ALFABETİK)**

**Mezuniyet Projesi Danışmanı**

**Doç. Dr. Özgül DAĞLI**

**İSTANBUL-2019**



**İÇİNDEKİLER**

Bilimsel Etik Sayfası.....	iv
Tez Kabul Formu .....	v
Önsöz/Teşekkür .....	vi
Özet/Summary .....	viii
Kısaltmalar ve Simgeler Sayfası .....	ix
Tablolar Listesi .....	x
Şekiller Listesi .....	xi
Giriş.....	1
<b>1. BİRİNCİ BÖLÜM BAŞLIK 1.....</b>	<b>2</b>
1.1. Başlık 2 .....	2
1.1.1. Başlık 3 .....	3
1.2. Başlık 2 .....	7
1.2.1. Başlık 3 .....	8
1.2.2. Başlık 3 .....	9
<b>2. İKİNCİ BÖLÜM BAŞLIK 1.....</b>	<b>10</b>
2.1. Başlık 2 .....	10
2.1.1. Başlık 3 .....	11
2.2. Başlık 2 .....	15
2.1.1. Başlık 3 .....	16
2.1.2. Başlık 3 .....	17
<b>Sonuç .....</b>	<b>18</b>
<b>Kaynakça .....</b>	<b>19</b>
<b>Ekler .....</b>	<b>20</b>
<b>Özgeçmiş .....</b>	<b>21</b>