

DERS İZLENESİ

Dersin Adı	Dersin Kodu	Dönem	Ders Saati / Hafta		Kredi	ECTS
Yaratıcı Sunum	İLET 403	7	Teori 2	Pratik 4	4	10
Dersi Tipi	Zorunlu Ders	Bölüm Seçmeli	Fakülte Seçmeli	Üniversite Seçmeli	CoHE (YÖK) Zorunlu	Diğer
	EVET	-	-	-	-	-
Dersin Seviyesi	Önlisans Derecesi		Lisans Derecesi		Yüksek Lisans / Doktora	
	-		EVET		-	

Dersin Öğretim Dili

TÜRKÇE

Dersin Eğitmeni

Doç. Dr. Nuran Öze

E-mail : nuran.oze@arucad.edu.tr

Dersin Amacı

Bu derste, üretimin her alanında yaratıcı fikirler bulmaktan, medyanın doğasına uygun içerik yazmaya ve yaratılan eserin etkili bir şekilde sunulmasına kadar tüm sürecin bilgi ve becerileri ele alınmaktadır. Sosyal sorumluluk bilinciyle grup olarak uygulanacak bir projede yer alırlar. Öğrenciler, tüm süreçleri ders boyunca uygulama yoluyla öğrenirler. Bu ders öğrencilerimizin dört yıl boyunca edindikleri bilgi ve becerileri uygulayabilecekleri bir yapıda kurgulanmıştır. Ders süresince, öğrencilerin iş birliği, iletişim ve problem çözme yoluyla sosyal becerilerini uygulama ve geliştirme fırsatları yaratmayı amaçlar. Bireyler bir grup halinde birlikte çalışarak birbirlerinden öğrenebilir, farklı bakış açıları kazanabilir ve bir dizi sosyal yeterlilik geliştirebilirler.

Grup çalışması sosyal etkileşim için doğal ve otantik bir bağlam sağladığından ve iş yaşamının bir replikasyonu olmasından dolayı bireylerin destekleyici bir ortamda bilgi, birikim ve sosyal becerilerini uygulayabilecekleri ve pratik yapabilecekleri gerçek yaşam senaryolarına katılmalarını sağlar. İkinci olarak, grup çalışması sosyal öğrenmeyi teşvik eder. Bireyler süreç içerisinde yaşananları gözlemleyerek ve yeni ve çözüm odaklı davranışlar, stratejiler ve bakış açıları öğrenebilirler. Son olarak, grup çalışması aidiyet ve topluluk duygusunu teşvik eder. Bireylerin başkalarıyla bağlantı kurmasını, ilişkiler kurmasını ve bir ekip çalışması ve iş birliği duygusu geliştirmesini sağlar.

Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenciler	Öğretim Yöntemleri:	Ölçme ve Değerlendirm e:
	1. Toplumsal sorunlara duyarlı olarak sosyal sorumlulukla ilgili temel kavramları <u>öğrenir</u> .	Düz Anlatım	Vize Projesi
	2. Hikâye yaratmayı ve insanları hikâyeye çekmenin bir kampanya başarısı için önemini <u>kavrar</u> .	Proje	Final Projesi Final Jüri Sunumu
	3. Planlama, araştırma, uygulama ve denetleme süreçlerini grup projesi olarak <u>uygular</u> .	Final Proje Uygulaması ve jüri sunumu	Vize Projesi Vize Jüri Sunumu Final Projesi Final Jüri Sunumu
	4. Araştırma yaparak durum analizi yapmayı öğrenerek, hedef kitleyi <u>analiz eder</u> .	Vize proje teslimi ve Vize jüri sunumu	Vize Projesi Vize Jüri Sunumu
	5. Promosyon ürünleri, video, ses, animasyon, sosyal medya gibi yaratıcı alanlar medya kanalları için <u>yeni bir içerik üretir</u> .	Final proje uygulaması (vize sonrası tüm haftalar)	Final Projesi Final Jüri Sunumu
	6. Toplumsal sosyal sorumluluk bağlamında düzenlenen kampanyayı reel hayata geçirir ve raporlama yaparak hedefe ulaşıp ulaşılmadığını <u>değerlendirir</u> .	Final Proje Raporlaması ve Jüri Sunumu	Final Projesi Final Jüri Sunumu
Dersin İçeriği	Bu dersin sonunda öğrenci araştırma, planlama, uygulama ve denetlemekten oluşan adımların tümünü grup projesi içerisinde öğrenmektedir. A’dan Z’ye bir sosyal sorumluluk projesi oluşturmayı, organizasyon yapmayı, uygulamayı, grup olarak çalışmayı, iş bölümü yapmanın önemini ve hedef odaklı çalışmayı seçilen konuyu doğasına ve içinde olduğu kültürel dinamiklere uygun iletişim kampanyası düzenlemeyi ve hayata geçirmeyi öğrenmiş olacaktır.		

Hafta	Başlık	Uygulanış (Teori/Pratik)	Gerekli Okuma / Ön Hazırlık
1	Müfredat incelemesi: Proje Çalışması için Bilgilendirme ve Beklentilerin Anlatılması	T/P	-
2	Mevcut Durum Analizi: Firmayı Tanıma ve SWOT ve Virio Analizi	T/P	Ders Notları (MS Teams üzerinden paylaşım)
3	McKingsy, Temel Analiz ve Beş Gücün Analizi	T/P	Ders Notları (MS Teams üzerinden paylaşım)
4	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	T/P	Mucuk, İ. (2017) Pazarlama İlkeleri: Ve Yönetimi İçin Örnek Uygulamalar. Türkmen Kitabevi. <u>Kütüphane Katalog No: HF 5415.M83 2017</u>
5	İtme ve Çekme Stratejileri	T/P	Mucuk, İ. (2017) Pazarlama İlkeleri: Ve Yönetimi İçin Örnek Uygulamalar. Türkmen Kitabevi. <u>Kütüphane Katalog No: HF 5415.M83 2017</u>
6	Kurumsal İtibar Yönetimi ve Kurumsal Kimlik Eşleşmesi Kurumsal Kimlik Çalışması: Yeni Konsept Tasarlanması	T/P	Öze, N. (2014). Kuzey Kıbrıs Özel Sektöründe Hakla İlişkiler: 1994-2004, Yayınlanmamış Doktora Tezi. YDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Çalışmaları nabilim Dalı, Lefkoşa, Kıbrıs. Ss: 97-100 Marq Formerly Lucid Press (2023). Guide to creating a corporate identity design https://www.marq.com/blog/10-
7	Proje Kurumsal Kimlik Dosyasının Hazırlanması ve Sunumu	T/P	Ders Notları
8	Vize Sınavları	T/P	Ödev Teslimi: Kurumsal Kimlik Dosyasının Teslimi (20 Puan) JÜRİ SUNUMU I (15 Puan)
9	Pazarlama İletişimi Seçimini Etkileyen Temel Faktörler	T/P	Ünsalan, M. (2019) Pazarlama ve Sosyoloji: İşletme Toplum İlişkisi. Beta Yayınları.
10	Hedef Kitle Segmentasyonu	T/P	Mucuk, İ. (2017) Pazarlama İlkeleri: Ve Yönetimi İçin Örnek Uygulamalar. Türkmen Kitabevi. <u>Kütüphane Katalog No: HF 5415.M83 2017</u>
11	Bütünleşik Pazarlama İletişimi Karması Unsurlarını Anlamak ve Projede Hangilerinin Kullanılacağını Araştırmak	T/P	Ünsalan, M. (2019) Pazarlama ve Sosyoloji: İşletme Toplum İlişkisi. Beta Yayınları.
12	Stratejik İletişim Planı	T/P	Kingsnorth, Simon Apaydın, Fahri (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi

			(Online) Pazarlamaya Bütünleşik bir Yaklaşım. Nobel Akademi Yayıncılık.
13	Mesaj Stratejisi Oluşturma	T/P	Kingsnorth, Simon Apaydın, Fahri (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi (Online) Pazarlamaya Bütünleşik bir Yaklaşım. Nobel Akademi Yayıncılık.
14	Proje Kontrolleri	T/P	Uygulama yapılmadan son kontroller/ tüm hazırlıkların tamamlanması
15	Projenin Uygulanması	T/P	SOS Çocukköyü yararına Kartopu Kadar İyilik Projesi uygulanması- 11 Ocak 2025- Cumartesi- LAÇ Belediyesi Özgürlük Milli Parkı
16	Raporlama Hazırlığı	T/P	Projenin son değerlendirmesinin yapılması
17	Final Sınavları	T/P	Sunu II- 2/2 JÜRİ SUNUMU (30 Puan) Final Raporunun Teslimi (35 Puan)

Gerekli Ders Malzemeleri /Okumalar /Kitaplar	Ünsalan, M. (2019) Pazarlama ve Sosyoloji: İşletme Toplum İlişkisi. Beta Yayınları. <u>Kütüphane Katalog No: HF 5415.P393 2019</u> Kingsnorth, Simon Apaydın, Fahri (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi (Online) Pazarlamaya Bütünleşik bir Yaklaşım. Nobel Akademi Yayıncılık. <u>Kütüphane Katalog No: HF 5548.32.K564 2017</u> Mucuk, İ. (2017) Pazarlama İlkeleri: Ve Yönetimi İçin Örnek Uygulamalar. Türkmen Kitabevi. <u>Kütüphane Katalog No: HF 5415.M83 2017</u> Öze, N. (2014). Kuzey Kıbrıs Özel Sektöründe Hakla İlişkiler: 1994-2004, Yayınlanmamış Doktora Tezi. YDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Çalışmaları nabilim Dalı, Lefkoşa, Kıbrıs. https://www.academia.edu/13536696/KUZEY_KIBRIS_TA_%C3%96ZEL_SEKT%C3%96RDE_HALKLA_%C4%B0L%C4%B0%C5%9EK%C4%B0LER_1994_2004 (Çevirimiçi)
Tavsiye Edilen Ders Malzemeleri /Okumalar /Kitaplar	Marq Formerly Lucid Press (2023). Guide to creating a corporate identity design https://www.marq.com/blog/10-

DEĞERLENDİRME		
Öğrenme Etkinlikleri	Sayı	Ağırlık %
Vize Sınavı (Proje Teslimi)	1	20
Kısa Sınav	-	-
Ödev	-	-

Proje	-	-
Alan Araştırması	-	-
Sunum / Seminer (Prezentasyon I- 15 Puan + Prezentasyon II- 30 Puan)	2	45
Stüdyo Çalışması	-	-
Diğerleri (Yoklama)	-	-
Tartışma		
Final Sınavı / Final Projesi /Tezin Final Notuna Katkısı	1	35
TOPLAM		100

Sayı	Ders Öğrenme Çıktıları	Katkı seviyesi (1-en düşük/ 5- en yüksek)				
		1	2	3	4	5
1	İletişim alanının tarihsel gelişimini, temel kavram, kuram ve araştırma yöntemlerini bilir.		√			
2	Temel tasarımın ilke ve elemanlarını bilir.		√			
3	Yeni medya tarihi, kuram ve kuramcılar hakkında bilgi sahibi olur.		√			
4	Yeni medyanın yapısal, yönetsel ve teknik özelliklerini bilir.					√
5	Dijital dünyadaki gelişmeleri ve format değişimlerini takip edebilir ve bunlara uyum sağlayarak oluşturulan multimedya prodüksiyonlarında uygulayabilir.					√
6	Yeni medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibidir.				√	
7	Görsel kültürün çeşitli küresel biçimlerinde etkisi ve önemi hakkında bir anlayış oluşturabilir.					√
8	Alana ilişkin yasa, yönetmelik, mevzuat ve mesleki etik değerler konusunda bilgi sahibidir.				√	
9	Yeni medya içeriklerini anlama ve eleştirel olarak analiz etme becerisine sahiptir.				√	
10	Dijital platformlar için verileri analiz ederek içerik üretme ve yönetme ile ilgili ortamları tasarlar, uygular ve geliştirir.					√
11	Oluşturulan çalışmalarla çeşitli dijital platformlarda farklı küresel formlarda iletişim kurabilme ve pazarlayabilmeyi öğrenir.					√

12	Yeni medya alanındaki araştırma yöntem ve tekniklerini kullanabilme becerisine sahiptir.				√
13	Görsel tasarım konularında dijital platformları etkin biçimde kullanma becerisine sahiptir.				√
14	Yeni medya alanındaki iletileri eleştirel bakış açısıyla ele alma ve çözümleme yetkinliğine sahiptir.				√
15	Proje aşamasında araştırma, planlama, uygulama ve raporlama yetkinliğine sahiptir.				√
16	Yeni medya ürünlerini; yaratıcı düşünce, girişimcilik ve özgün bakış açısıyla geliştirme yetkinliğine sahiptir.				√
17	Ürettiği eserlerin araştırma, tez, haber makaleleri, filmler web siteleri, fotoğraf denemeleri ve animasyonlar içeren kapsamlı bir dijital portfolyo haline getirme ve sunma yetkinliğine sahiptir.				√
18	Yapay zekanın, yeni medya ekosistemine etkilerini değerlendirir; makine öğrenmesi, doğal dil işleme ve bilgisayarda görme vb. tekniklerini kullanarak yaratıcı içerik üretimi, dağıtımı ve etkileşim süreçlerini bilir, uygular ve analiz eder.		√		
19	Yapay zekayı çalışmalarına dahil ederken etik boyutları analiz etme becerisine ve etik davranma sorumluluğuna sahiptir.			√	

ECTS / ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ				
AKTİVİTE	SAYI	BİRİM	SAAT	TOPLAM (İŞ YÜKÜ)
Ders Öğretim saati (x hafta * toplam ders saati)	15		6	90
Ön hazırlık ve bireysel çalışma	15		5	75
Vize Sınavı	1		20	20
Kısa Sınav	-		-	-
Ödev	-		-	-
Proje	-		-	-
Alan Araştırması	-		-	-
Sunum / Seminer	2		15	30
Stüdyo Çalışması	-		-	-
Final Sınavı / Final Projesi / Tez	1		35	35
Diğer	-		-	-
Toplam İş Yüğü				250
Toplam İş yüğü / 25				10
ECTS				10

DERS İLE İLGİLİ ETİK KURALLAR

Yasal İntihal Uyarısı

Tespit edilen ve tespit edilmeyen intihal, herhangi bir zamanda ciddi bir suçtur ve diploma ile gelecekteki profesyonel yaşamınız üzerinde yıkıcı bir etkiye sahip olabilir.

Kaynaklarınızı iyice tanımladığınızdan ve tanıdığınızdan emin olursanız, doğrudan kaynaklarınızdan kelime kelime olarak alınan görsel örneklerden, tasarımlardan veya notlardan kopyalamazsanız intihalden kaçınmak kolaydır.

Maksimum alıntı limiti %20'yi geçemez. Yapay zeka destekli alıntılar da %20'ye dahildir. Aksi kanıtlandığı takdirde öğrenci dersten kalır.

DEĞERLENDİRME DETAYLARI VE DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ:

Final Notları, yukarıda belirtilen Ders Öğrenme etkinlikleri ve Final sınavı değerlendirme detaylarına göre belirlenir ve Üniversite tarafından belirlenen Eğitim ve Sınav Yönetmeliğine uygun olarak belirlenir.

Derse %70 katılım zorunludur. Raporlar %70'in içerisinde dahildir. %70'ten az devamlılığı olan öğrenci devamsızlıktan kalır.

Ödev ve Proje Geç Teslim Koşulları

Tam kredi alabilmek için sınıftaki çalışmalar zamanında teslim edilmelidir. Geç teslim, yalnızca özel durumlarda (kaza, aile acil durumları, gibi) tam puan alabilir. Herhangi bir acil durum nedeniyle proje için son tarih vermeyeceğinizi düşünüyorsanız, lütfen Ms Teams aracılığıyla en kısa sürede eğitmenle iletişime geçin.

Vize Sınavı

Ödev Teslimi: Proje Kimlik Dosyasının Teslimi (20 Puan)

Teslim Tarihi: 8. Hafta

1. Adım: Kurumunuzu Tanıyın ve Tanıtın (2 Puan)

SOS Çocukköyü Derneği ile ilgili cevaplanacak sorular:

SOS Çocukköyü Derneği ne yapar, nasıl bir sivil toplum örgütüdür?

Kuruluş amaçları nedir?

Misyonunuz nedir?

Vizyonunuz nedir?

Değerleri nelerdir?

Ne tür hizmetler verirler?

Sizin projeniz nedir ve nasıl ortaya çıktı?

Sosyal Sorumluluk projesi bir iletişim öğrencisi için neden önemlidir?

Amacınız nedir?

Hangi tarihlerde, nerede, kimlere yönelik gerçekleştirilecek?

Ne tür faaliyetler içerecek?

Bunlar markanızın görsel kimliğinizin ileteceği temel unsurlarıdır. Üzerine inşa edebileceğiniz bu temele sahip değilseniz, marka hikayenizi doğru şekilde anlatan görsel bir kimlik tasarlayamazsınız.

2. Adım: Kartopu Kadar İyilik Projesi için Sponsorluk Çalışmaları (3 Puan)

Yapılması planlanan etkinlikler doğrultusunda hangi sponsorlar ile görüşüldü ve neden bu sponsor adayları seçildi?

Hangi sponsor adaylarıyla, hangi tarihlerde görüşüldü? (Takvimlendirin)

Şu ana kadar ulaşılmış olduğunuz net sonuçlar hakkında bilgi verin.
Bütçeleme hakkında net bilgi verin.

3. Ses Tasarımı (3 Puan)

Jingle sözleri nedir ve nasıl oluşturuldu?
Jingle'da kullanılacak müzik nasıl ve kim tarafından oluşturuldu?
Seslendirme kim tarafında yapıldı?
Hangi iletişim kanallarında bu jingle yayınlanacak?
Kimlerle görüşüldü?
Zaman planlaması yapılmalı: 1 Aralık 2024- 11 Ocak 2025
Aşamalar tek tek anlatılsın

4. Adım: Tasarım, Reklam ve Sosyal Medya Çalışmaları (3 puan)

Renk Paletinizi hazırlayın ve nedenini açıklayın
Tipografinizi seçin ve nedenini açıklayın
Logonuzu tasarlayın ve açıklayın
Proje öğelerinin örnek tasarımlarını hazırlayın

- Bilet tasarımı
- Sosyal medya örnek çalışması- 4-5 adet
- Banner tasarımı- web sitesi için

5. Adım: Web Geliştirme ve (3 Puan)

Proje web sayfa tasarımı ve detaylarının anlatılması
Proje web sayfasının SOS Çocukköyü Derneği web sitesine entegrasyonu

6. Adım: Medya Planlama (8 Puan)

- 01 Aralık 2024- 11 Ocak 2025 arasındaki Medya Planlamasının yapılması
- Geleneksel kanalların planlanması (Radyo Jingle- medya planlaması, hangi kanallarda hangi tarihlerde ne sıklıkta yayınlanacak?) (1 puan)
 - Sosyal medya planlaması ve bu planın SOS Çocukköyü Derneği'ne sunulması (facebook event açılımı, Instagram proje hesabı açılması ve bunun planlanması) (6 puan)
 - SMS içeriğinin belirlenmesi ve bunun planlanması (1 puan)

Sunum (15 Puan)

Teslim Tarihi: 8. Hafta

1. Adım: Kurumunuzu Tanıyın ve Tanıtın (Melisa Cücükçüz, Hale Çakır Unay)

SOS Çocukköyü Derneği ile ilgili cevaplanacak sorular:
SOS Çocukköyü Derneği ne yapar, nasıl bir sivil toplum örgütüdür?
Kuruluş amaçları nedir?
Misyonunuz nedir?
Vizyonunuz nedir?
Değerleri nelerdir?
Ne tür hizmetler verirler?

Sizin projeniz nedir ve nasıl ortaya çıktı?
Sosyal Sorumluluk projesi bir iletişim öğrencisi için neden önemlidir?
Amacınız nedir?
Hangi tarihlerde, nerede, kimlere yönelik gerçekleştirilecek?
Ne tür faaliyetler içerecek?

Bunlar markanızın görsel kimliğinizin ileteceği temel unsurlarıdır. Üzerine inşa edebileceğiniz bu temele sahip değilseniz, marka hikayenizi doğru şekilde anlatan görsel bir kimlik tasarlayamazsınız.

2. Adım: Kartopu Kadar İyilik Projesi için Sponsorluk Çalışmaları (Hazal Demirci, Elifsena Yavaş)

Yapılması planlanan etkinlikler doğrultusunda hangi sponsorlar ile görüşüldü ve neden bu sponsor adayları seçildi?

Hangi sponsor adaylarıyla, hangi tarihlerde görüşüldü? (Takvimlendirin)

Şu ana kadar ulaşılmış olduğunuz net sonuçlar hakkında bilgi verin.

Bütçeleme hakkında net bilgi verin.

3. Ses Tasarımı (Hilat Demirer)

Jingle sözleri nedir ve nasıl oluşturuldu?

Jingle'da kullanılacak müzik nasıl ve kim tarafından oluşturuldu?

Seslendirme kim tarafında yapıldı?

Hangi iletişim kanallarında bu jingle yayınlanacak?

Kimlerle görüşüldü?

Zaman planlaması yapılmalı: 1 Aralık 2024- 11 Ocak 2025

Aşamalar tek tek anlatılsın

4. Adım: Tasarım, Reklam ve Sosyal Medya Çalışmaları (Cennet Kesen, Polat Ürkmez)

Renk Paletinizi hazırlayın ve nedenini açıklayın

Tipografinizi seçin ve nedenini açıklayın

Logonuzu tasarlayın ve açıklayın

Proje öğelerinin örnek tasarımlarını hazırlayın

- Bilet tasarımı
- Sosyal medya örnek çalışması- 4-5 adet
- Banner tasarımı- web sitesi için

5. Adım: Web Geliştirme ve (Öykü Müftügil)

Proje web sayfa tasarımı ve detaylarının anlatılması

Proje web sayfasının SOS Çocukköyü Derneği web sitesine entegrasyonu

6. Adım: Medya Planlama (Tüm Ekip)

01 Aralık 2024- 11 Ocak 2025 arasındaki Medya Planlamasının yapılması

- Geleneksel kanalların planlanması (Radyo Jingle- medya planlaması, hangi kanallarda hangi tarihlerde ne sıklıkta yayınlanacak?)
- Sosyal medya planlaması ve bu planın SOS Çocukköyü Derneği'ne sunulması (Facebook event açılımı, Instagram proje hesabı açılması ve bunun planlanması)
- SMS içeriğinin belirlenmesi ve bunun planlanması

Bireysel Sunum Puanlama:

Konuya hakimiyet (15 Puan)

Sunum yeteneği (15 Puan)

İzleyicileri etkileyebilme becerisi (15 Puan)

Grup Projesi Sunum Puanlama

Proje İçeriği ve Bütünlük (İçerikle ders beklentilerinin uyumu) (15 Puan)

Birlikte çalışabilme yetisi (15)

4 yıl boyunca öğrendiklerini uygulayabilme yetisi (25 Puan)

Final Proje Raporu Teslimi

Proje teslim tarihi: 17. Hafta, Final haftası

Toplam Puan 35

Final proje raporunuzu hem MsTeams üzerinden hem de basılı olarak teslim ediniz.

Kartopu Kadar İyilik Projesi

1. Her öğrenci ayrı ayrı Kartopu Kadar İyilik Projesi ile ilgili tüm dönem boyunca yaptığı her şeyi gün bilgisi vererek ve kanıtları ile adım adım raporlanmalıdır. Bunu üç aşamada başlıklandırmanız gerekmektedir:

- a. Proje Uygulama Öncesi (10 Puan)
 - Hangi görevden sorumluydunuz?
 - Sorumlu olduğunuz alanla ilgili adım adım yaptıklarınız nelerdi?
 - Bunlar için ne kadar zaman harcadınız?
 - Kimlerle birlikte çalıştınız?
 - İş bölümünü nasıl ayarladınız?
- b. Proje Uygulama Günü (3 Puan)
 - Hangi görevden sorumluydunuz?
 - Sorumlu olduğunuz alanla ilgili adım adım yaptıklarınız nelerdi?
 - Organizasyon esnasında gördüğünüz eksiklikler nelerdir?
- c. Proje Sonrası (2 Puan)
 - Proje uygulama sonrası yaptıklarınız nelerdir?
2. Görev kapsamında dört yıllık eğitim ve öğretim hayatınızda aldığınız tüm dersleri göz önünde bulundurarak hangi aşamada hangi dersten nasıl yararlandığınızı tek tek anlatınız (10 Puan).
3. Siz bu projeyi gerçekleştirirken sergilediğiniz performansınızı nasıl değerlendirirsiniz? (10 Puan)
 - Kendinizin SWOT Analizini yapın.
 - Grup projesinin size neler kattığını anlatın. Bu süreçte hangi süreci iyi yönettiğinizi, hangi süreçleri daha iyi yönetmeniz gerektiğini nedenleriyle açıklayınız.

Final Jüri Prezantasyon

Final Jüri Proje Sunumu: 17. Hafta

Değerlendirme Grup olarak yapılacaktır.

Sunumunuzu hem MsTeams üzerinden hem de basılı olarak teslim ediniz.

30 Puan

Kartopu Kadar İyilik Projesi

- a. Proje Uygulama Öncesi, Uygulama Günü ve Sonrası (Kanıtlar sunularak, fotoğraflar, videolar, ...) (10 Puan)
 - Grup olarak herkes sunum yapacak şekilde Vize sonrası yapılan her şey ve görev dağılımları anlatılacak.
 - Tüm konular anlatılırken her grup bireyi ayrı ayrı kendi konularını anlatmak üzere sunum yapmalıdır. Sunum grup projesini anlatacak şekilde olmalıdır.
- b. Grup olarak çalışmak sizlere ne öğretti? Neyi iyi yaptınız, neyi daha iyi yapabiliydiniz? (5 Puan)
- c. Etkinliğin SWOT analizini yapınız (5 Puan).
- d. Etkinliğin bütçesini açıklayınız (5 Puan).
- e. Hangi derslerden faydalanarak projenin tümünü gerçekleştirdiniz (5 Puan).

Geç teslimler aşağıdaki koşullarla kabul edilecektir:

- Bir saatten az geç 05 puan
- Bir saatten fazla gecikmeli ancak 24 saatten az gecikmeli 10 puan
- 24 saatten fazla geç ancak 48 saatten az geç 15 puan
- 48 saatten fazla geç 25 puan
- Bir hafta veya daha fazla geç ödev **kabul edilmiyor**

HAZIRLAYAN	Doç. Dr. Nuran Öze
GÜNCELLEME	20.09.2024
ONAY	