

## GRAFİK TASARIMI BÖLÜMLERİNİN REKLÂM ENDÜSTRİSİYLE UYUMU

*Tolga ERKAN*

*TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarım Bölümü, Ankara.*

**İlk Kayıt Tarihi:** 26.04.2012

**Yayına Kabul Tarihi:** 12.10.2012

### **Özet**

*Grafik tasarımı bölümleri mezunları işe başlangıçta reklâm endüstrisinde beklenen pozisyonlar ve ücretlerle istihdam edilememektedir. Bu çalışmada grafik tasarımı bölümlerinin eğitim-öğretim yapısıyla reklâm sektörünün ihtiyaç duyduğu niteliklerin farklılığı sebebiyle ortaya çıkan bu sorunları giderecek çözüm yolları araştırılmıştır. Bu sorunların aşılmasında sırasıyla grafik tasarım müfredatının reklâm endüstrisiyle örtüşecek biçimde güncel yazılım, donanım ve etkili eğitim-öğretim yöntemleriyle desteklenmesi, üniversite-endüstri işbirliğinin artırılması ve mesleki stajların etkinleştirilmesi konuları tartışılmaktadır. Ayrıca, bu makalede grafik tasarımı bölümlerinin reklâmcılık sektörünün beklentilerini karşılayacak biçimde eğitim-öğretimin geliştirilmesinde eğitimcilerin tasarım bilgi-becerilerini güncel tutmaları ve öğrencilerin reklâm endüstrisini yakından takip etmesinin desteklenmesi mezunların aleyhine bozulan reklâm sektöründeki istihdam dengesini düzeltereği öngörülmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** *Grafik tasarımı, grafik tasarımı eğitimi-öğretimi, reklâm endüstrisi, bilgisayar grafik yazılımları, öğrenciler, eğitmenler.*

## COMPATIBILITY OF GRAPHIC DESIGN DEPARTMENTS WITH THE ADVERTISING INDUSTRY

### **Abstract**

*Graphic design graduates are not employed at the expected positions and salary levels in the advertising industry at the beginnings of their career. Taking this as the research problem, this study focuses on filling the gap between qualities needed by the advertising sector and the educational-training formation of graphic design departments. In order to solve this problem, it might be helpful to enhance the graphic design curriculum with information science, technology and effective instruction methods, strengthening university and industry collaboration and increasing the effectiveness of vocational internships, encouraging students to follow up innovations in the industry and simultaneously educators maintaining current knowledge and skills.*

**Keywords:** *Graphic design, graphic design education, advertising industry, computer graphics softwares, students, educators*

## 1. Giriş

Bu çalışmada üniversitelerin grafik tasarımı bölümleri mezunlarının reklâm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu niteliklerde yetiştirilmesi ve reklâm endüstrisinde üniversite mezunu tasarımcıların uygun ücretlerle çalışarak istihdamın artırılması için yapılması önerilen çözümler tartışılmaktadır. Bu bağlamda sırasıyla grafik tasarım eğitimi, öğretmenler, öğrenciler ve reklamcılık sektörü tanıtılarak, yapılması öngörülen düzenlemeler incelenmektedir. Günümüzde reklâm ürünleri ve kampanyalarının basılı ortamlarla sınırlı kalmayarak masaüstü yayıncılık, televizyon reklâmcılığı ve sosyal medya reklâmcılığıyla bir arada kullanılmaktadır. Sağladığı maliyet-etkin uygulamalar ve tasarım süreçlerini hızlandırmaları sebebiyle bilişim teknolojileri reklâm endüstrisinde hızla yayılmış ve uygulanmıştır. Ancak temelleri liberal sanatlara dayanan grafik tasarımı eğitimi bu teknolojilerin eğitim öğretim programlarıyla bütünleşmesi konusunda reklâm endüstrisinin yakaladığı seviyeye ayak uyduramamaktadır. Bu sebepten dolayı sektörde istihdam edilen üniversite mezunu tasarımcılar ise mezuniyetleri sonrasında belirli bir süre düşük ücretle çalıştırılmakta ve mesleğin pratik uygulamalarını öğrenmek için fazladan vakit kaybetmektedirler. Bu durum John Holmes (2007, s. 57) tarafından derslerin kısıtlı süresi, zayıf teknik donanım, eğitimcilerin bilgilerini öğrencilere yeteri kadar aktaramaması ve öğrenci tasarımlarının geliştirilecek sürelerinin az olması nedeniyle mezuniyet sonrasında istihdam beklentilerinin gerçekleşmemesi olarak tespit edilmiştir.

### Grafik Tasarım Eğitimi

Grafik tasarım çoklu etkileşim ortamında analitik ve deneysel anlayışla gerçekleştirilir (Teal, 2010, s. 295). Tasarlanan nesne tasarım ilkeleri ve elemanlarının birbirleriyle uyumlu bir şekilde kullanımıyla oluşturulur. Tasarımcı görsel elemanları kullanarak biçim ve içeriği tasarlanan nesnede bir araya getirir. Tasarım süreci beş adımda yapılır. Bunlar sırayla düşünme, esinlenme, yapma, eleştiri alma ve tekrar yaparak tasarımı tamamlamaktır (Lauer & Pentak, 2007, s. 7).

Sanat eğitiminde dersler öğrencilerin kolay anlayacakları ve derslerde öğrendikleri bilgileri diğer derslerde kullanabilecekleri şekilde oluşturulmalıdır. Howard Gardner'a göre, her öğrenci farklı zekâ ve algıya sahip olduğu için herkesin anlayabileceği biçimde derslerin içerikleri ve eğitimi yapılmalıdır (Armstrong, 2000, s. 1). Müfredattaki temel dersler öğrencilerin tasarım becerilerini geliştirirken, teknoloji dersleri bilişim teknolojileri öğretir ve proje dersleri öğrencilerin tasarım yetkinliklerini ve kendilerini ifade etmelerini güçlendirir. Tasarım dersleri bu üç çeşit dersin birleşiminden oluşmaktadır ve tasarım eğitiminin en önemli bölümüdür (Demirbaş & Demirkan, 2003, s. 438). Tasarım eğitimi pedagojik yönden şekillendirilirken öğrencilerin ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılayacak biçimde olmalıdır (Micklethwaite, 2005, s. 92). Aynı zamanda tasarım eğitimi yeniliklere açık olarak öğrencilerin kendilerini ifade edebilmesini destekleyecek şekilde kurgulanmalıdır.

Alton Y. K. Chua ve Swee Kiang Heng'e (2010, s. 327, 328) göre tasarım öğrencilerinin bilgi kaynakları üç bölüme ayrılmaktadır. İlk bölümde, öğrenciler bilgiye eğitmen, sanatçı, tasarımcı ve eleştirmenler yoluyla ulaşırlar. İkinci bölümde, kitaplar, dergiler, filmler, resimler ve internet yoluyla bilgi edinirler. Üçüncü bölümde ise, kendi kendilerine düşünerek, keşfederek, karşılaştırarak, inceleyerek ve yaparak öğrenirler.

Grafik tasarım eğitiminde öğrencilerin aktif bir şekilde öğrenme faaliyetinin içinde olması gerekmektedir (Ehmann, 2005, s. 107). Grafik tasarım eğitimi öğrencilerin entelektüel gelişimini, yorum becerilerini ve fikirlerini ifade edebilme kabiliyetlerini arttırır (Bresler, 1998, s. 6). Grafik tasarım eğitiminde öğrencilere proje geliştirme süreçleri öğretilirken öğrendikleri bilgileri başka projelere nasıl uygulamaları gerektiği de öğretilmelidir. Böylece öğrencilerin geçmiş tecrübelerden edindikleri bilgileri devamlı taze kalarak gelecekte yapacakları tasarımlara katkı sağlayabilir.

Grafik Tasarımı bölümleri eğitim-öğretim programlarını hazırlanırken sanat ve tasarım içerikli teorik derslerle birlikte bilişim teknolojileri içerikli uygulamalı derslerden oluşan karma bir program yapısıyla öğrencilerin yaratıcılıklarını, tasarım becerilerini, eleştirel düşünce sistematiği ile alternatif çözüm üretme becerileri güncel teknolojilerle desteklemelidir. Bilişim teknolojileri tasarımcının kendini ifade etmek ve tasarım yapmak için kullandığı bir araç olarak (Garvey, 1997, s. 29, 30) görülmesine rağmen, grafik yazılımlarının eğitim-öğretim programı ile bütünleştirilmesinin eğitmenler ve öğrenciler için büyük yararlar sağladığı bilinmektedir (Wang, 2010, s. 180). Buna karşın, yükseköğretim sanat ve tasarım derslerinde bilişim teknolojilerinin kullanımı 1980'lerin son dönemlerine denk gelmektedir ve grafik yazılımlarının güzel sanatlar eğitiminde kullanılması genel geçer kabul görmektedir (Busby, Parrott & Olson, 2000, s. 190, 198). Bilişim teknolojilerinin kullanıldığı dersler oluşturulurken ders içeriğinin ve eğitim yönteminin birlikte düşünülmesi gerekmektedir (Lindström, 2011, s. 8). Tasarım eğitiminde bilişim teknolojilerinin kullanımı eğitmen ve öğrenci arasındaki iletişimi arttırarak bilginin daha etkili bir şekilde iletilmesini sağlamaktadır (Forsblom & Silius, 2004, s. 18; Delacruz, 2009, s. 262). Grafik yazılımların kullanılmasının öğrencilerin zamanlarını daha etkili kullanmalarını sağladığı ve bu sayede üretime harcanan zamanın azaltılarak tasarım sürecine ayrılan zamanın artırılabilirdiğinin da daha kaliteli tasarımlar yapılmasına zemin hazırladığı bilinmektedir (Yantaç, Özcan & Emengen, 2011, s. 41). Öğrenciler tasarım problemlerine projenin gereksinimleri doğrultusunda çözüm üretme ve kısa sürelerde alternatif tasarımlar oluşturma becerilerini ve sorumluluk duygularını geliştirir. Öğrenciler proje sonunda yaptıkları tasarımlarla projenin amacını karşıladıklarında yaptıkları projeyi daha iyi anlarlar (Sheppard & Jenison, 1997, s. 248-261). Ancak, derslerde öğrencilere verilen projelerin sayısı profesyonel hayatta çalışan tasarımcılara göre sayı ve çeşitlilik bakımından daha azdır (Holmes, 2007, s. 59). Bu sebeple, öğrencilere verilen proje sayısı arttırılmalı ve reklâm endüstrisinin yaptığı işler temel alınarak çeşitlendirilmelidir. Ayrıca, probleme dayalı öğrenme yöntemi öğrencinin tasarımın bütün süreçlerini

anlama, iş disiplini, sorumluluk alma, teorik bilgileri gerçek bir proje üzerinde uygulayarak etkili öğrenme, eleştirel düşünme, sorgulama, uygulamalara katılım, etkili tartışma yeteneği, başkalarıyla işbirliği, çoklu bilgi aktarımı, problemlere alternatif çözümler üretme ve farklı çalışma yöntemleri öğrenmesini sağlamaktadır (Land & Greene, 2000, s. 45; Putnam, 2001, s. 4, 13). Projeler sınıf içerisinde küçük gruplara verildiğinde öğrenciler takım çalışması ve proje yürütme süreçleri hakkında bilgi ve tecrübe sahibi olurlar (Sackalingam, Rotgans & Schmidt, 2011, s. 1, 2). Takım çalışması öğrenciler arasında sosyal etkileşimi geliştirerek mezuniyet sonrası iş hayatında karşılaşılan sosyal ilişkiler ve iletişim konusunda deneyim sahibi olmalarını sağlamaktadır.

### **Grafik Tasarımı Eğitmenleri**

Grafik tasarımı uygulamalarıyla reklâm endüstrisinin hızla geliştiği ve değiştiği bir ortamda eğitimin bu gelişime ve değişime direnmesi mümkün değildir. Bu bağlamda eğitimciler, bu yeniliklerin ışığında öğretim yöntem ve tekniklerini belirleyerek öğrencilere güncel görsel tasarım anlayışı ve iletişim ilkeleri ışığında eğitim-öğretim yaptıklarında öğrenciler iş hayatına daha kolay uyum sağlarlar (Swanson, 1994, s. 59, 60). Reklâm endüstrisinde kullanılan çeşitli grafik yazılımları endüstriye hız ve verimlilik kazandırmaktadır. Bununla birlikte, yeni grafik yazılım programları ve bu programların yeni sürümlerinin karmaşıklığı sebebiyle eğitmenlerinde bu programları öğrenirken zorluklar yaşadığı gözlenmektedir (Bannert & Reimann, 2000, s. 281). Bu yazılımların yüksek maliyetleri kimi zaman eğitim kurumlarının bütçelerini aşabilmektedir. Bunlara ek olarak, grafik tasarımı bölümlerindeki eğitmenler ağır ders yükleri, akademik çalışmaları ve idari sorumlulukları nedeniyle öğrencilere ve kendi teknolojik gelişimlerine fazla zaman ayıramamaktadırlar (Lowenfeld & Britain, 1982, s. 294). Bu yüzden eğitimciler endüstrinin gereklerine yabancı kalabilmekte ve ders programlarını yeterli ölçüde güncelleyememektedirler. Ayrıca, eğitimciler öğrencilere önceden yapılmış tasarım örnekleri gösterirken, aynı zamanda öğrencilerin kendi tasarım stillerini bulmalarında yardımcı olmalıdır (Rosowsky, 1999, s. 8; Krause, 2006, s. 130). Tasarım eğitimcilerin içsel motivasyonları da etkili bir eğitim-öğretim için önemlidir. Bunun için eğitimcilerin gayretleri yöneticileri tarafından teşvik edilerek performanslarının artırılması sağlanmalıdır (Nitsche, Dickhäuser, Fasching & Dresel, 2011, s. 575).

### **Grafik Tasarımı Öğrencileri**

Grafik tasarımı öğrencileri mezuniyet sonrasında rekabetçi reklâm sektöründe bekledikleri pozisyon ve ücretlere ulaşamamaktadırlar. Bu nedenle öğrencilerin reklâm endüstrisini yakından takip etmeleri kendileri için büyük fayda sağlamaktadır (Swanson, 1994, s. 54, 55). Öğrenciler portfolyalarını zenginleştirmeli, teorik bilgi ve bilgisayar becerilerini üst seviyede tutmalı ve mesleki stajlarına önem vermelidirler. Ayrıca eğitim-öğretimleri sırasında yarı zamanlı da olsa reklâm ajanslarında çalışarak deneyimlerini arttırabilirler. Bu sayede kolektif öğrenme kazanarak ve reklâm sektö-

ründe çalışanlarla tanışarak mezuniyet sonrası istedikleri iş bulma konusunda daha az zorluk yaşayabilirler.

### **Reklâm Sektörü**

Reklâmcılık en dinamik ve rekabetçi sektörlerden birisidir. Uluslararası akımlar ve farklı sektörlerden müşterilere hitap eden sektör, müşteri beklentilerini yeni teknolojileri uygulayarak ürün çeşitliliğini arttırarak hızlı bir şekilde cevaplamaktadır. Reklâm ajansı kullanacağı medya kanallarını kararlaştırdıktan sonra geliştirdiği fikirler doğrultusunda yeni ve revize edilmiş anahtar sembol, slogan, resim, video, katalog, afiş ve benzerleriyle reklâmı yapılacak olan ürünü hedef kitleye tanıtırlar (Malefyt & Morais, 2010, s. 333, 334). Reklâmcılık sektöründe 1994'den sonra internet reklâmcılığı ön plana çıkmıştır. Günümüzde reklâmcılığın vazgeçilmez medya araçlarından olan internet pankart (banner), çeşitli formatlarda ses, müzik, animasyon ve kullanıcı etkileşimli bölümler içeren zengin medya (rich media), e-mail ve videolardan oluşmaktadır (Evans, 2009, s. 38, 40). Tasarlanacak internet içeriği için reklâm endüstrisinin aradığı tasarımcının aynı zamanda grafik tasarımcı, sanat direktörü, metin yazarı, tipografi konusunda bilgili, çizim yapabilen, fotoğrafçı, video montajına hâkim, müzik seçiminde başarılı, görsel algıdan anlayan, 2D ve 3D animasyonda uzman olması beklenmektedir. Ancak üniversite eğitimi esnasında öğrencilere bu konuların her biri temel düzeyde verilerek profesyonel hayatlarında bu konulardan herhangi biri veya birkaçında uzmanlaşmalarını beklemek gerçekçi bir yaklaşımdır. Bu amaçla reklâm ajansları, animasyon stüdyoları ve matbaalar sosyal sorumluluk çerçevesinde öğrencilere staj imkânları sağlamalı, stajlarda öğrencilere projelere tam katılım fırsatı sunarak mesleki gelişimleri desteklenmelidir.

### **Genç Mezunların İstihdamlarının Arttırılması**

Genç mezunlara duyulan talebin beklenen seviyede olmamasının en büyük sebebi tasarım bilgisi eksik, sektörde tasarım yeteneklerinin önemini kavrayamamış ve profesyonel hayatta kısa dönemli kâr yapma amacıyla iş yapan işverenler ve tasarım fikirlerine ödenen ücreti gereksiz bulan müşterilerdir. Bu durum sektör standardı haline gelerek üniversite mezunu tasarımcıların önünü kesmektedir. Buna karşın tasarımın önemini kavramış işverenler tasarım eğitimi almamış çalışanlarına kısa dönemli tasarım eğitimi almaları konusunda tavsiyede bulunmakta ve yardımcı olarak bu açıklarını kapatmalarını sağlamaktadırlar (Garvey, 1997, s. 29-31). Önceleri sektörde rahat iş bulan kopyala yapıştır tarzı çalışan eğitimsiz tasarımcılar doksanlı yıllardan sonra fikrin tasarımda önem kazanmasıyla eğitilmiş tasarımcıların geri planında kalmaktadırlar (Swanson, 1994, s. 59). Reklâm ve animasyon sektörlerinin önde gelen şirketleri, tasarımcıları işe alırken sanatsal yönü güçlü, yeni fikirler üretebilen, tasarım sorunlarına çözüm bulabilen, eleştirel düşünme becerisine sahip, teknik kavramları anlama arzusu olan, bireysel ve takım çalışmalarına uygun tasarımcı tercih ettiklerini belirtmektedirler (Garvey, 1997, s. 32).

Kariyerlerinin başında yeni mezun tasarımcılar tekniker seviyesindeki tasarımcılara oranla dezavantajlı görülse de sahip oldukları teorik bilgilerini, temalı proje geliştirme yeteneklerini ve problem çözüm odaklı tasarım süreçlerini profesyonel hayatta elde ettikleri yazılım bilgileri ile birleştirdiklerinde küresel reklâm endüstrisinde öne çıkabilmektedirler. Sanat ve tasarım eğitimi almış tasarımcıların tasarım problemlerine daha iyi çözümler sunmaları ve hayat boyu öğrenerek kendilerini geliştirmeleri daha kolaydır.

## 2. Sonuç

Grafik tasarımı bölümleri mezunlarının reklâm endüstrisinde iş imkânlarının geliştirilmesi, bu bölümlerin öğrenciler için tekrar cazibe merkezi haline getirilmesi ve reklâm sektörüyle paralel bir eğitim verilmesi için üzerinde durulması gereken öneriler şu şekilde sıralanabilir. (1) Reklâm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu elemanların nitelikleriyle örtüşebilecek bir anlayışa göre derslerin içerikleri gözden geçirilmelidir. (2) Üniversitelerin bilişim teknolojileri altyapıları güncel tutularak yazılım ve donanım konusunda geri kalınmamalıdır. (3) Tasarım dersleri endüstri standardı olmuş grafik yazılımlarıyla desteklenmeli ve öğrenciler yeni yazılımları öğrenme konusunda cesaretlendirilmelidir. (4) Reklâm sektörüne yönelik derslerin programları sektörde söz sahibi sivil toplum kuruluşları ve profesyonellerle birlikte hazırlanmalıdır. (5) Öğrenciler mesleki stajları esnasında uzmanlaşmaya, profesyonel uygulamaları ve süreçleri öğrenmeye teşvik edilmelidir. (6) Öğrencilerin staj deneyimlerini diğer öğrencilerle paylaşması sağlanarak farklı sektör ve ofislerdeki profesyonel deneyimlerden azami fayda sağlanmalıdır. (7) Üniversitelere reklâm sektöründen profesyoneller davet edilerek sempozyum ve ortak çalışmalarla öğrenciler ve öğretmenlerle bilgi paylaşımı sağlanmalıdır. (8) Eğitimcilerin kendilerini geliştirmeleri için imkân sağlanmalıdır. (9) Eğitimci ve öğrencilerin sektörün önde gelen reklâm ajansları, animasyon stüdyoları ve matbaalara mesleki ziyaretleri arttırılmalıdır. (10) Eğitimciler ortak projeler ile sektördeki çalışmalara dâhil olmalı ve tasarım bilgi ve becerilerini güncel tutmalıdır. Bu makalede kısaca değinilen öneriler çerçevesinde grafik tasarımı bölümlerinde eğitim-öğretimin, reklâm sektörü ihtiyaç ve beklentileriyle uyumluğu arttırılabilir. Bu sayede yeni mezun tasarımcıların beklentileri doğrultusunda mesleki pozisyonlara ve getirilere ulaşma şansları arttırılabilir.

## 3. Kaynakça

- Armstrong, T. (2000). Multiple Intelligences, Association for Supervision and Curriculum Development. Alexandria-Virginia: Association for Supervision & Curriculum Deve.
- Bannert, M. & Reimann, P. (2000). Guest Editorial: approaches to the design of software training. *Journal of Computer Assisted Learning*, 16, 281-283.
- Bresler, L. (1998). "Child Art", "Fine Art", and "Art for Children": The Shaping of School Practice and Implications for Change. *Arts Education Policy Review*, 100(1), 3-10.

- Busby, N., Parrott, L. & Olson, M. (2000). Use of Computers as a Tool in Fine Art. *The International Journal of Art and Design Education*, 19(2), 189-199.
- Chua, A. Y. K. & Heng, S. K. (2010). A knowledge management perspective on Art Education. *International Journal of Information Management*, 30, 326-334.
- Delacruz, E. (2009). Old World Teaching Meets the New Digital Cultural Creatives. *The International Journal of Art and Design Education*, 28(3), 261-268.
- Demirbaş, O. O. & Demirkan, H. (2003). Focus on architectural design process through learning styles, *Design Studies*, 24(5), 437-456.
- Ehmann, D. (2005). Using Assessment to Engage Graphic Design Students in their Learning Experience, *Making a Difference, Evaluations and Assessment Conference*, Melbourne: Swinburne University of Technology, 107-113.
- Evans, D. S. (2009). The Online Advertising Industry: Economics, Evolution, and Privacy. *Journal of Economic Perspectives*, 23(3), 37-60.
- Forsblom, N. & Silius, K. (2004). What is the Added Value of Web-based Learning and Teaching? The Case of Tampere University of Technology, *The New Educational Benefits of ICT in Higher Education*, Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam, 18-25.
- Garvey, G. P. (1997). Retrofitting Fine Art and Design Education in the Age of Computer Technology, *ACM SIGGRAPH Computer Graphics*, 31(3), 29-32.
- Holmes, J. (2007) Meeting The Challenges of University Arts Education, *International Journal of The Arts in Society*, Volume 2, Number 3, 2007, Melbourne: Common Ground Publishing, 57-60.
- Krause, K. (2006) The Effect of Art and Design as a High School Subject on the Academic Development of Graphic Design Students, *International Journal of The Arts in Society*, Volume 1, Number 2, Common Ground Publishing, Melbourne, 129-134.
- Lauer, D. A. & Pentak, S. (2007). *Design Basics*. Belmont-CA: Wadsworth/Thomson Learning.
- Lindström, L. (2011). The Multiple Faces of Visual Arts Education. *The International Journal of Art and Design Education*, 30(1), 7-17.
- Lowenfeld, V. & Brittain, W. L. (1982). *Creative and Mental Growth*. New York: Macmillan Publishing Co. Inc.
- Malefyt, T. de W. & Morais, R. J. (2010). Creativity, brands, and the ritual process: Confrontation and resolution in advertising agencies, *Culture and Organization*, 16(4), 333-347.
- Micklethwaite, P. (2005). Discussing art and design education: themes from interviews with UK design stakeholders, *The International Journal of Art & Design Education*, 24(1), 84-92.
- Nitsche, S., Dickhäuser, O., Fasching, M. S. & Dresel, M. (2011). Rethinking teachers' goal orientations: Conceptual and methodological enhancements, *Learning and Instruction*, 21, s. 574-586.
- Putnam, A. R. (2001). Problem Based-Teaching and Learning in Technology Education. *The Annual Conference of the Association for Career and Technical Education*, New Orleans, 1-14.



- Rosowsky, L.(1999). Style and its Abuses. AIGA Journal of Graphic Design, 17(1), 8-9.
- Sheppard, S. & Jenison, R. (1997). Examples of Freshman Design Education, Int. J. Engng Ed. 13(4), Brüksel: Tempus Publications, 248-261.
- Sockalingam, N; Rotgans, J. & Schmidt, Henk G. (2011). Student and tutor perceptions on attributes of effective problems in problem-based learning, Higher Education, 62(1), 1-16.
- Swanson, G. (1994). Graphic Design Education as a Liberal Art: Design and Knowledge in the University and the “Real World”, Design Issues, 10(1), 53-63.
- Teal, R. (2010). Developing a (Non-linear) Practice of Design Thinking, The International Journal of Art & Design Education, 29(3), 294-302.
- Wang, T. (2010) A New Paradigm for Design Studio Education, The International Journal of Art and Design Education, 29(2), 173-183.
- Yantaç, A. E; Özcan, O. & Emengen, A. (2011). Participatory design in interactive media design education for the solution of unfamiliar design problems: a case study on a disabling environment and an emerging technology, Digital Creativity, 22(1), 40-48.

## EXTENDED ABSTRACT

This study discusses grooming of the graduates of graphic design departments with qualities needed by the advertising sector as well as suggested changes which should be made for increasing employment of university graduate designers in the advertising industry. Employment of graphic design graduates who throughout their training period remain strangers to software, hardware, methods and standards used in the industry, and gain insufficient practical experience next to theoretical studies becomes improbable in a form desired by them within an industry with high requirements. Graphic design education has aimed to teach students the use of their knowledge, product characteristics, market expectations and feelings jointly. While preparing graphic design departments' curricula the creativity of students, design skills, critical thought systematics and ability to produce alternative solutions should be supported with current technologies and a composite curriculum consisting of theoretical courses covering art and design. In the project courses, students develop skills in effective learning by applying theory to practice in a real project, producing solutions in line with project requirements, critical thinking, inquisitiveness and investigation and forming alternative designs in time-limitations. The use of graphics software provides great assistance to trainers while conveying course subjects to students. In this respect, educators must continually develop themselves in a manner to remain current with the innovations and requirements of the industry. The high cost of software is often beyond the budgets of educational institutions. In order to enable them have accessed to newly released software, the advertising industry should collaborate in joint projects with software companies during certain periods and strengthen the university-industry relationships.



Graphic design students assume that good employment and position opportunities await them at the end of their four year training. But upon graduation candidates are unable to reach their expected job positions and income in the competitive advertising sector. Although career starting fresh graduates are initially seen as disadvantaged in comparison to designers at the level of technicians, they are able to advance to the forefront in the global advertising industry when they combine their theoretical knowledge, abilities to develop theme based projects and design processes focused on problem solving with software skills acquired in professional life.

Advertising industry which appeals to international trends and clients in different sectors provides a rapid response to customer expectations by applying new technologies and increasing product variety. While carrying out their work, advertising agencies decide on the media channels through which they will convey to the society the ads formulated by them on the basis of analyses conducted on companies, products and the market. Today in internet advertising, which is gaining importance every passing day, correct use of the design knowhow utilized in other projects are required in addition to the use of new technical information. The most obvious and significant reason of low demand for young graduates are employers whose design knowledge is lacking, do not comprehend the importance of design talent and are focused on short-term profits, as well as clients who find it unnecessary to provide compensation for design ideas. In contrast, the leading advertising agencies indicate that they prefer job applicant designers who have strong artistic orientation, able to produce novel ideas, solve design related issues, possess critical thinking skills, enthusiastic about new technical concepts, and are suited to individual and team work.

Suggestions for the improvement of employment opportunities for graphic design department graduates in the advertising sector can be listed as follows: (1) The content of the curricula courses must be reviewed in accordance with a consideration overlapping with the qualitative personnel needs of the industry. (2) The IT infrastructure of the universities must be kept current in terms of software and hardware. (3) Design courses should be supported with software packages which are industry standards and students should be encouraged to learn new software. (4) Curricula programs relevant to the sector should be prepared in collaboration with civil society platforms and experienced professionals' influential in the industry. (5) Students should be encouraged to gain expertise during their vocational internships, to learn professional methods and processes. (6) Students should be enabled to share their differing internship experiences with their peers and maximum benefit to all should be provided. (7) Professionals from the advertising sector should be invited to universities for symposiums and workshops to share information and knowhow with educators and students alike. (8) Educators must be given opportunities to develop themselves in the subject matter and state-of-the-art. (9) Educators and students should be enabled to frequently visit leading advertising agencies, animation design studios and modern printing facilities. (10) Educators should participate in sectoral works through shared projects and keep

their design knowhow and skills current. Within the framework of suggestions birefly metioned in this article, the chances of newly graduated designers for reaching professional positions and incomes can be increased in line with their expectations.