



MEZUNİYET DEFİLESİ & SERGİSİ 2017 GRADUATION FASHION SHOW & EXHIBITION

HOŞGELDİNİZ / WELCOME

Prof. Dr. Ender Yazgan Bulgun, Dekan, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi / Dean, Faculty of Fine Arts and Design

Prof. Elvan Özkavruk Adanır, Moda & Tekstil Tasarımı Bölüm Başkanı / Dept. Head, Fashion & Textile Design 04

„MODA MARKALAŞMA“ MODA İŞLETMECİLİĞİ / „BRANDING“ FASHION BUSINESS

GİRİŞ / INTRODUCTION	Jörn Fröhlich, Koordinatör/ Coordinator	06
JOHN DOE	Ece Barçın	08
DEUX POINTS	Fulden Kumsal	10
NEILOS	Gözde Yıldız	12
AURA	Özüm Yelkencioğlu	14
NELLIE	Selen Karipçin	16
BEE WEAR	Simay Esmek	18

„MODA SANATI SEVER“ MODA TASARIM / „FASHION LOVES ART“ FASHION DESIGN

GİRİŞ / INTRODUCTION	Jörn Fröhlich, Koordinatör/ Coordinator	20
MONOGRAFİK ÇİZGİLER / MONOGRAPHICAL LINES	Büke Özer	22
PALINGENESIS	Irmak Belen Esen	24
KARANLIK SONRASI / AFTER DARK	Göknur Kadayıfçı	26
GİZEMLİ KÜRELER / MYSTERIOUS GLOBES	Sonay Ercan Tezcan	28
DOĞAYA DÖNÜŞ / BACK TO NATURE	Dilara Gezer	30
GİZLİ BAHÇE / SECRET GARDEN	Tuğçe Görgülü	32
DENEYİM / EXPERIENCE	Gizem Semerci	34
HIZIN İZİ / TRAIL OF SPEED	Nisan Malatyalı	36
SOMUTLAŞAN KIVRIMLAR / EMBODIMENT OF CURVES	Arzu Kibaroglu	38

TEŞEKKÜRLER / THANK YOU

40

Moda İŞLETMECİLİĞİ Fashion BUSINESS

FASHION BRANDING
VISUAL MARKETING
VISUAL MERCHANDISING

MARKALAŞMA
GÖRSEL PAZARLAMA
GÖRSEL MAĞAZACILIK

The fashion business graduation project of 2016/17 is a joint venture on the overall aspects of visual design in fashion retail branding and marketing. This interdisciplinary approach allows the students to understand their works in a wider design context.

The students were challenged to create their own commercial fashion brand by considering a specific market segment, target market and target group.

Carefully selecting their merchandise in terms of quality, quantity, style and price the students continued to develop their visual brand identity, which expanded from logo to campaign design, retail design, webdesign and visual merchandising.

Bringing all of these aspects together the students created, a brand booklet, a website/online shop, an opening campaign and a window display. The individual brand websites can be visited for more information by scanning the QR codes attached to the projects on the following pages.

2016/17 Moda İşletme mezuniyet projesi moda perakendesinde markalaşma ve pazarlama konularında gerçekleştirilen görsel tasarımların geniş kapsamlı uygulamaları üzerine bir iş ortaklığı projesidir. Bu disiplinlerarası yaklaşım öğrencilerin kendi mesleklerini daha geniş bir tasarım bağlamı içerisinde anlamlandırmalarına olanak tanımaktadır.

Bu proje kapsamında öğrencilerden pazar segmenti, hedef pazar ve hedef kitle gibi konuları göz önünde bulundurarak kendi ticari moda markalarını yaratmaları beklenmiştir.

Öğrenciler, ürünlerin kalite, adet, stil ve fiyat gibi ölçütlerini dikkate alarak, logo tasarımından kampanya tasarımına, perakende tasarımından, görsel mağazacılık ve web tasarımına kadar görsel marka kimliklerini geliştirmişlerdir.

Tüm bu aşamalar bir araya getirilerek marka kataloğu, web sitesi/online mağaza, açılış kampanyası ve vitrin tasarımı gerçekleştirilmiştir.

Detaylı bilgi için, projelere eklenmiş olan kare kodlar taranarak markaların web sayfaları ziyaret edilebilir.

Jörn Fröhlich

Graduation Studio Coordinator, Fashion Business

Jörn Fröhlich

Mezuniyet Stüdyosu Koordinatörü, Moda İşletmeciliği





ECE BARÇIN

JOHN DOE

The youth grunge culture of the 1990s featured a specific kind of rock music which inspired fashion as well. Today Grunge still endures as a fashion style – evolving from its original form but it did not disappear since criticizing the social norm has always been a part of growing into adulthood.

John Doe as a Turkish high street brand offers affordable “grunge” street wear to young Turkish men between the age of 15 and 25 years allowing them to express their individual culture and morality. The brand specialises in DIY (do-it-yourself) giving its customers the option to customize their purchases in the store by means of adding buttons, patches and stickers.

John Doe also organises renew & recycle weeks, where everyone can bring their bikes, skateboards or roller blades to the store for repair or exchange.



barcin11.wixsite.com/johndoe

1990’lı yıllardaki rock müziğinin alternatif bir türü ile bütünleşen “grunge” kültürünün moda üzerinde önemli etkileri olmuştur. Sosyal normları sorgulamanın erişkinliğe dönüşümün bir parçası olması nedeniyle, günümüzde grunge akımının etkileri birçok alanda olduğu gibi moda tarzı olarak da devam etmektedir. “High Street” Türk moda markası olarak John Doe, 15-25 arası genç Türk erkeklerine kendi bireysel kültürlerini yansıtabilecekleri, ulaşılabilir fiyat aralığında moda ürünler sunmaktadır. Marka, “Kendin Yap” nosyonu üzerine uzmanlaşmış olup, mağaza içerisinde müşterilerine satın aldıkları ürünleri rozet, yama ve çıkartmalar ekleyerek kişiselleştirme imkanı sunmaktadır. John Doe, ayrıca, müşterilerin bisikletlerini, kaykaylarını ve patenlerini tamir ettirmek veya değiştirmek için mağazaya getirebilecekleri yenileme ve geri dönüşüm haftaları düzenlemektedir.





FULDEN KUMSAL

: DEUX POINTS



goo.gl/iUCYxa

: DEUX POINTS

HOME

ABOUT

LES FEMMES DEUX POINTS

SHOP

LOOKBOOK

THE WOMAN

CAMPAIGN

CONTACT



DEUX POINTS

Deux Points is a Paris based high-end ready-to-wear brand supporting the career woman's lifestyle by offering classic wardrobe essentials and must-have pieces.

Today's powerful and innovative working woman who is pushing the invisible ceiling to its' limits is the main inspiration of the brand. Deux Points target identifies herself as self-confident with a design expectancy embracing high quality, function, comfort, and style at the same time.

Shaped around the understanding of "style at every age" Deux Points addresses metropolitan business women between the ages of 25 and 60 by establishing three sub-brands : Jeunesse, : Studio and : D'orée.

All three sub-brands offer the timeless classic style in the minimalist elegance of Deux Points.

Deux Points believes in the power of women to change the perceptions of men and influence other woman to do the same. Strong women shape the future!

Çalışan kadınların yaşam tarzını desteklemek adına her gardıropta bulunması gereken vazgeçilmez tasarım parçaları sunan Deux Points Paris'te kurulmuş üst segment bir hazır giyim markasıdır.

Günümüzün güçlü, yenilikçi ve sınırları zorlayan meslek sahibi kadınları markanın ana ilham kaynağını oluşturmaktadır.

Deux Points kadını, kendini yüksek kalite bilinci ve tasarım beklentisine sahip, şıklığı ve konforu hayat tarzı olarak benimsemiş, kendine güvenen bir kadın olarak tanımlar.

"Her yaşta stil" anlayışıyla hareket eden markanın hedef kitlesi 25 - 60 yaş aralığındaki şehirli iş kadınlarıdır.

: Jeunesse, : Studio ve : D'orée adı altında üç alt markadan oluşan Deux Points zamansız şıklığı minimalist bir zarafette sunmayı amaçlar. Deux Points, erkeklerin genel algısını değiştiren ve diğer kadınlara bu konuda ilham veren kadınların gücüne inanır.

Güçlü kadınlar geleceği şekillendirir!



: CAMPAIGN



: TARGET CUSTOMER



: ABOUT

HOME
ABOUT
LES FEMMES DEUX POINTS
SHOP
LOOKBOOK
THE WOMAN
CAMPAIGN
CONTACT



Deux Points is a Paris based women's wear brand that supports working women from all around Europe. Offering modern essentials and must-have pieces we at Deux Points encourage women to live a bigger life.

Deux Points is a Paris based women's wear brand that supports working women from all around Europe. Offering modern essentials and must-have pieces we at Deux Points encourage women to live a bigger life.



GÖZDE YILDIZ



ghost-e33.witsite.com/neilos

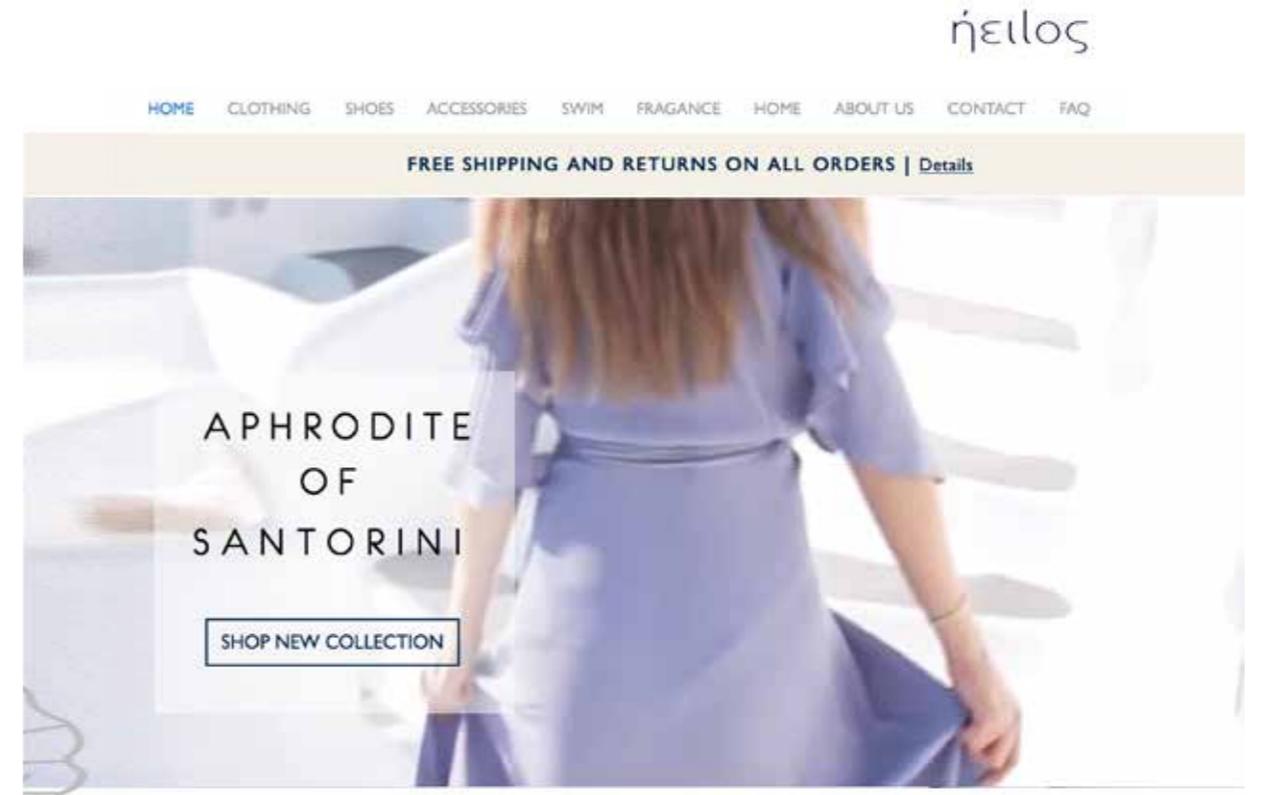
NEILOS

Neilos Boutique, which has stores exclusively in Greece, sells clothes, shoes, beachwear, accessories, cosmetics and home decoration objects. The brand targets young women between 18–35 years who enjoy the Mediterranean life style. Limiting its stores to online shopping and establishing boutiques only within the boundaries of the Aegean region, Neilos wants to keep the cultural Greek heritage in its authentic location.

Our slogan:
“Taste the bohemian luxury of Greek culture with our exclusive garments, accessories and home decoration objects and carry this warm Aegean atmosphere to your home!”

Mağazalarını özellikle Yunanistan’da konumlandırılan Neilos Boutique, giyim, ayakkabı, plaj giyim, aksesuar, kozmetik ve ev dekorasyonu kategorilerinde hizmet vermektedir. Marka 18-35 yaş aralığındaki, Akdeniz yaşam tarzından keyif alan genç kadınları hedeflemektedir. Mağazalarını sadece online platformda ve Ege Bölgesi ile sınırlandıran Neilos böylelikle Yunan kültürel mirasını doğduğu topraklarda devam ettirmeyi amaçlamaktadır.

Sloganımız:
“Özel tasarım giysilerimiz, aksesuarlarımız ve ev dekorasyon ürünlerimiz ile Yunan kültürünün bohem-lüks havasını hissederken Akdeniz’in sıcak atmosferini evinize taşıyın!”





ÖZÜM YELKENÇİOĞLU



ozumyelkencioğlu.wixsite.com/sitem

AURA

AURA is a luxury beachwear brand for women with a special interest in a healthy lifestyle including yoga and the stimulation of the Chakras.

AURA is inspired by the colors and the motives of the seven Chakra points on the body. The collection is designed considering the colors of the chakra points and the natural stones which symbolize each energy point. The brand has three different lines providing special beachwear, shawls and sarongs. Thus AURA designs can be worn not only on the beach, but also during yoga sessions or even at summer parties.

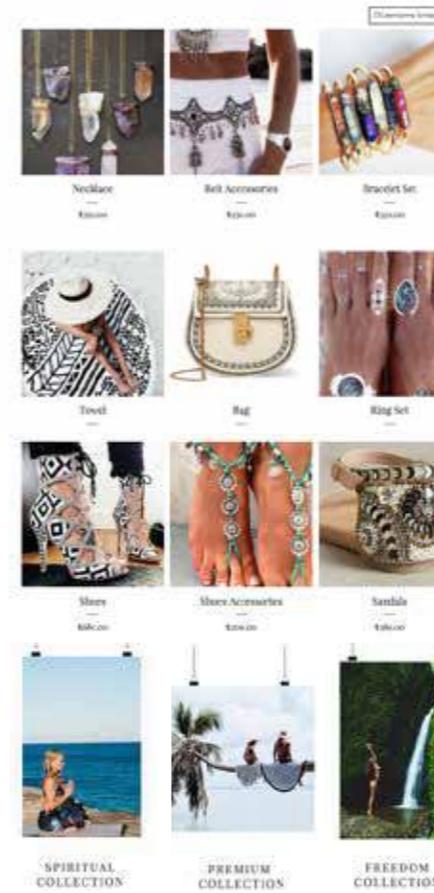
AURA markası, sağlıklı yaşamı kendisine rehber edinen, çakraların mucizesine inanan kişilere hitap eden lüks bir plaj giyim markasıdır.

AURA'nın ilham kaynağı, vücudumuzdaki yedi adet çakra noktasının her birinin kendine özgü renk ve motifinden alınmıştır. Koleksiyonların tümü çakra noktalarının renklerine ve vücuttaki enerji noktasına ait doğal taşlarla tasarlanmıştır. Markanın plaj giyim, pareo ve peştamal seçeneklerinden oluşan üç ayrı özel koleksiyonu bulunmaktadır.

AURA'nın tasarımları sadece plajda değil, aynı zamanda yoga yaparken ya da yaz partilerinde de giyilebilir.



OUR PRODUCTS





SELEN KARİPÇİN



selenkaripcin.wixsite.com/nellie

NELLIE

Nellie is a concept store featuring contemporary vintage style fashion brands and thus offers hidden treasures of the good old days to old souls in a young body.

It attracts the attention of young Turkish blogger-style women between 18 and 30 years, offering new vintage products such as clothes, bags, shoes, accessories and home decorations in all styles from the 50s to the 90s in bright and pastel colors.

By selling them in a vintage atmosphere it injects a story and a life to the products, which all of Nellie's customers appreciate.

Feeding their intellectuality Nellie's women embrace the story of an object or a garment from the past and feel proud to own these genuine parts of history.

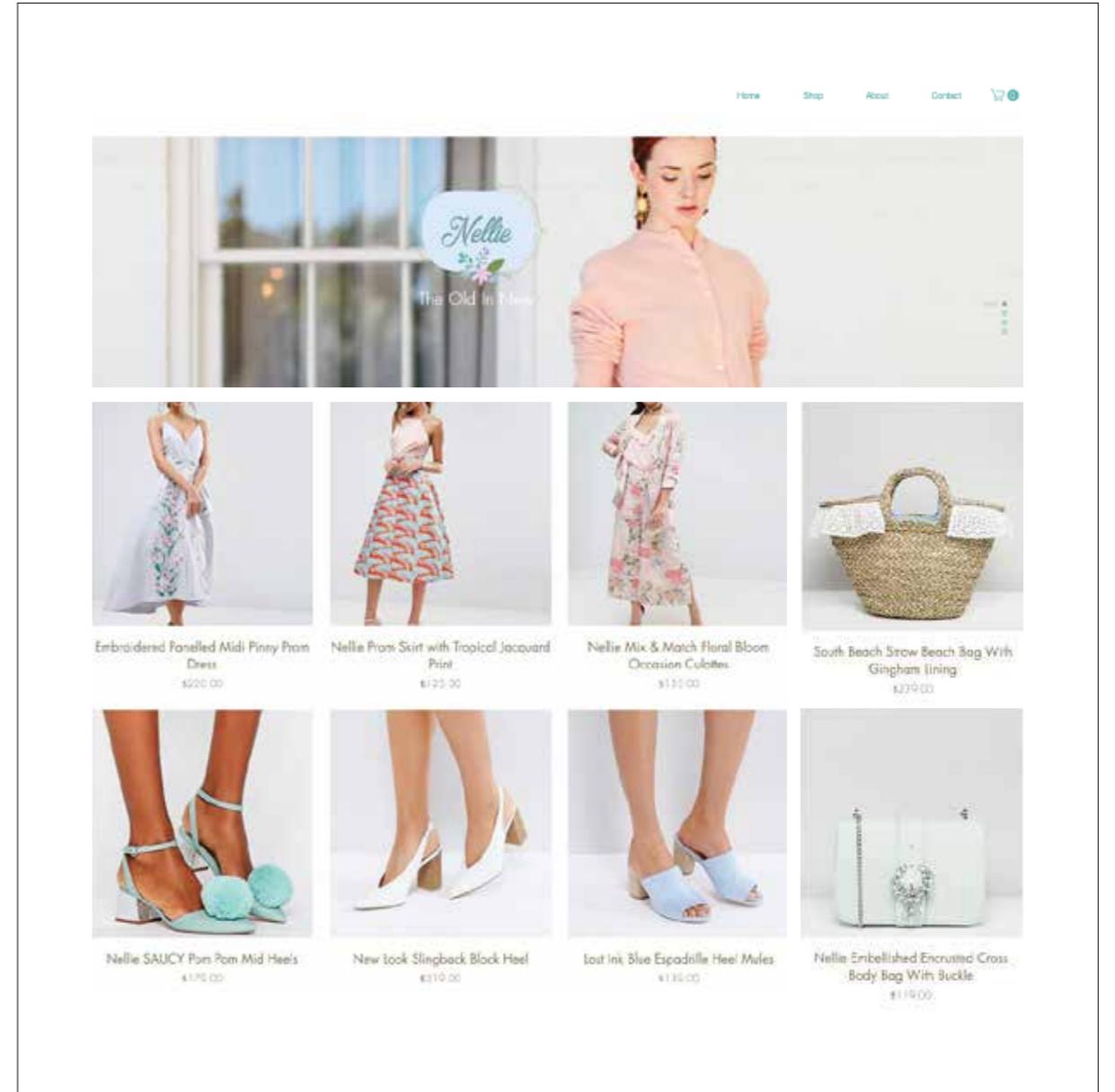
In this philosophy Nellie has a wide range of products nurturing its customers' creativity as an act of self-expression.

Çağdaş vintage tarzında üretim yapan moda markalarını kendi bünyesinde buluşturan Nellie, eski güzel günlerin saklı hazinelerini genç bedenlere sunan bir konsept mağazadır.

Türk blogger tarzına sahip, özellikle 18-30 yaş arası kadınların ilgisini çeken mağaza 1950'lerden 1990'lı yıllara kadar görülen tüm stillerde, parlak ve pastel renklerin kullanıldığı vintage görünümlü giysi, çanta, ayakkabı, aksesuar ve ev dekorasyon ürünleri sunmaktadır.

Vintage tarzını mağaza iç mekan tasarımına da yansıtan Nellie, her bir ürününe ayrı bir hikaye ve yaşam aşlar. Bu satın alma deneyimi Nellie kadınlarının beğenisini kazanmaktadır.

Entellektüel anlamda kendini besleyen Nellie kadını, giysilerin ve nesnelerin geçmiş hikayelerini kucaklar ve geçmişe ait gerçek izler taşıyan bu parçalara sahip olmaktan gurur duyar. Bu felsefe ile Nellie, müşterilerine yaratıcılıklarını gösterebilecekleri ve kendilerini ifade edebilecekleri geniş bir ürün yelpazesi sunar.





SİMAY ESMEK



q-r:to/bal46B

BEEWEAR

Sustainability as a mega-trend, is affecting the fashion industry.

In this dynamic industry, where customers and their expectations constantly change, it surely will grow and develop further.

In 5 years time generation Z will shape society in a direction, where ethical and sustainable fashion will become the norm, since nowadays it does not satisfy GenZ's needs in terms of fair trade and ecological aspects.

Assuming ethical and sustainable values will impact all styles of fashion and market trends, the new generation's ethical brand "Beewear" fits perfectly into this market gap.

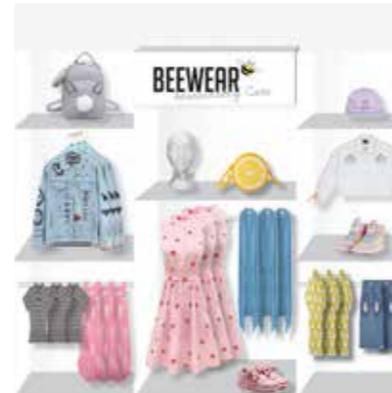
Offering colourful, cute, trendy and sustainable clothing as well as accessories for both men and women at affordable prices, the brand also provides a sustainable, interactive shopping experience within its stores.

Sürdürülebilirlik bir mega trend olarak moda endüstrisini etkilemektedir.

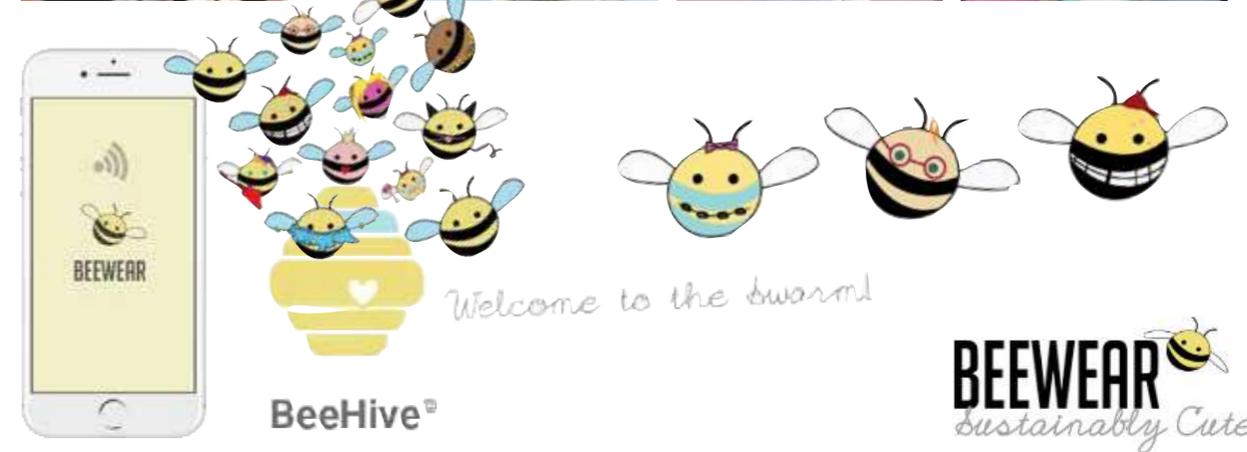
Hedef kitlelerin ve müşteri beklentilerinin sürekli olarak değiştiği bu dinamik endüstride, sürdürülebilirlik akımının da büyüüp gelişeceği kesindir.

5 yıl içerisinde Z kuşağı toplumun önemli bir parçası haline gelecek ve toplumu kendi değerleriyle etkilemeye başlayacaktır. Bunun yanı sıra etik ve sürdürülebilir değerler norm haline alacak ancak bu tek başına Z kuşağı için yeterli olmayacaktır. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda, yeni kuşağın etik ancak stilden taviz vermeyen markası "Beewear" pazardaki bu boşluğu dolduran önemli bir seçenek olarak öne çıkacaktır.

Hem kadın hem de erkek müşterilerine renkli, zarif, moda uygun ve sürdürülebilir giysi ve aksesuarları uygun fiyatlarla sunan marka, mağazalarında sürdürülebilir ve interaktif bir alışveriş deneyimi sağlamaktadır.



Home Womens Mens Beehive



Moda TASARIMI Fashion DESIGN



COLLECTION DEVELOPMENT: FASHION LOVES ART

The graduation collections of 2016/17 aim to create an awareness of the limitless inspirations that 20th century art holds for any fashion designer. Art and fashion reflect all the dynamic changes in the world. Each in its own expressive ways. Instead of referring to the differences between art and fashion the graduation project tackles their similarities without prejudice.

In the first semester conceptual creativity was set into focus as the students investigated an artist or art-period of the 20th century and turned their research into an experimental couture collection of four show pieces.

The second semester represents a commercial approach to fashion where the students developed their research into a ready-to-wear collection considering a specific market segment, style, season and target group.

*Jörn Fröhlich
Graduation Studio Coordinator, Fashion Design*

KOLEKSİYON GELİŞTİRME: MODA SANATI SEVER

2016/17 Mezuniyet koleksiyonları 20. yy. sanatının bir moda tasarımcısı üzerinde bırakabileceği sınırsız etkiler ile ilgili bir farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır. Moda ve sanat, kendilerine özgü ifade etme yöntemlerini kullanarak dünya üzerindeki köklü değişimleri yansıtmaktadır. Mezuniyet koleksiyonları, farklılıklara işaret etmek yerine, moda ve sanat arasındaki benzerlikleri, önyargısız bir biçimde ele almaktadır.

Bu kapsamda öğrenciler, yılın ilk döneminde kavramsal yaratıcılıklarını bir sanatçı veya 20. yüzyıla ait bir sanat dönemini incelemek için kullanmış, bu araştırmaları ise dört gösteri parçasından oluşan deneysel couture koleksiyonuna dönüştürmüşlerdir.

İkinci dönemde ise, öğrencilerin belirli bir pazar segmenti, stil, sezon, ve hedef kitle ölçütlerini göz önünde bulundurarak araştırmalarını bir hazır giyim koleksiyonuna dönüştürdükleri daha ticari bir yaklaşım benimsenmiştir.

*Jörn Fröhlich
Mezuniyet Stüdyosu Koordinatörü, Moda Tasarım*





KEITH HARING / POST-MODERNISM



BÜKE ÖZER



MONOGRAPHICAL LINES

This collection is inspired by Keith Haring, one of the most famous artists of the post-modern era in the 1980s.

Sharp contoured silhouettes depicting humans, animals and big urban city skylines in hard black and white contrasts are most characteristic of his art-works.

This collection reflects the world's main topics of life such as war, violence, birth and love in Keith Haring's style by means of digital prints.

The big prints and added colors emphasize a young sporty style. As a result this collection consists of ready-to-wear sporty and casual products targeting customers between the ages of 18 and 30 years old in the mass market segment.

MONOGRAFİK ÇİZGİLER

Koleksiyonda, 80'ler postmodern dönemde popüler olan Keith Haring'in yaptığı sanat eserlerinden ilham alınmıştır. Keskin kontürlere sahip silüetler, güçlü siyah-beyaz kontrastıyla oluşturulmuş insan, hayvan ve şehir figürleri sanatçının eserlerindeki temel öğelerdir.

Bu koleksiyonda savaş, şiddet, ölüm ve doğum gibi yaşamın ana konuları Keith Haring'in tarzında, dijital baskı yoluyla yansıtılmaktadır. Büyük baskılar ve siyah/beyaz dışında eklenen renklerle genç ve sportif bir tarz yakalanması amaçlanmıştır. Böylelikle, günlük ve sportif hazır giyim ürünlerini içeren koleksiyon, kitle pazar segmentindeki 18-30 yaş arası müşterilere ulaşmayı hedeflemektedir.



MEXICAN FOLK-ART



IRMAK BELEN ESEN



PALINGENESIS

This ready-to-wear collection entitled 'Palingenesis' is inspired from the Latin festival Day of the Dead. This concept is based on the two most characteristic symbols of the festival, skeleton figures and flowers.

The theatrical skeleton theme has been transformed into ready-to-wear by means of digital print, whereas the flower theme is applied with 3D laser cut applications.

The collection which targets young women between 20-30 years old, is positioned in the middle market segment and has a color scheme which is limited to black, grey and cream.

'Palingenesis' hazır giyim koleksiyonu Ölümler Günü isimli Latin festivalinden ilham alınarak hazırlanmıştır. Bu tema festivalin en karakteristik iki öğesi, iskelet figürü ve çiçekler kullanılarak uygulanmıştır.

Teatral yönü ile öne çıkan iskelet temasının hazır giyim koleksiyona uyarlanması dijital baskı yöntemleri ile gerçekleştirilirken, çiçek teması lazer kesimle elde edilen üç boyutlu aplikelerle uygulanmıştır.

20-30 yaşları arasındaki genç kadınlara hitap eden ve orta pazar segmentinde konumlandırılan koleksiyonun renk paleti siyah, gri ve kremle sınırlı tutulmuştur.



ERTÉ / ART DÉCO



GÖKNUR KADAYIFÇI



AFTER DARK

This collection is inspired by Erté's illustrations and Art Deco perfume bottles and aviaries. Erté's illustrations, the interior designs with sparkling chandeliers and the elegant perfume bottle shapes of this elegant era have been captured in the designs influencing fabric manipulations and silhouette. Double-sided gold-black sequins and tassels are referring to these inspirations and create a beautiful harmony, whereas dark lycra denim-gabardine and black laser-cut leather create a contemporary sportive look targeting young women between 20-35 years. The RTW collection is positioned in the middle market segment with its affordable prices and easy adaptable styles to urban sportive elegance.

KARANLIK SONRASI

Bu koleksiyonda Erté'nin illüstrasyonlarından ve Art Deco parfüm şişeleri ve kuş kafeslerinden ilham alınmıştır. Erté'nin illüstrasyonları, dönemin avizeler ile ışıldayan iç mekan tasarımları ve şık parfüm şişelerinin şekilleri, ürünlerin silüetini ve kumaş manipülasyonlarının oluşumuna yön vermiştir. Çift taraflı altın-siyah payetler ve püsküller bu ilhama gönderme yaparak güzel bir harmoni yakalarken, koyu likralı denim-gabardin ve siyah lazer kesim deri kumaşlar ise 20-35 yaş arası genç kadınlara yönelik çağdaş ve sportif bir görünüm yaratmıştır. Bu hazır giyim koleksiyonu, ulaşılabilir fiyat seviyesi ve kentsel, sportif şıklığa kolayca uyum sağlayan stili ile orta pazar segmentinde konumlandırılmıştır.



GEORGES SEURAT / POINTILISM



SONAY ERCAN TEZCAN



MYSTERIOUS GLOBES

The collection 'Mysterious Globes' is inspired by the pointillist art era focused particularly on Georges Seurat's distinctive painting technique referred to as pointillism. Red and blue neoprene fabrics combined with black stretch gabardine give an overall look of contemporary elegance, supported by minimalistic asymmetric pattern cuts and beading applications.

With its modern, sleek and stylish designs, this business collection is positioned in the bridge segment from middle market to high fashion, targeting women between 25 - 35 years with a distinct and sophisticated design taste.

GİZEMLİ KÜRELER

'Gizemli Küreler' isimli bu koleksiyonda, puantilizm sanat akımından, özellikle de Georges Seurat'nun özgün boyama tekniğinden ilham alınmıştır.

Kırmızı ve mavi neopren kumaşlar ile siyah streç gabardinin buluşması, minimal asimetric kesimler ve boncuk işlemler ürünler çağdaş bir şıklık ve zarafet kazandırmıştır.

Modern, şık ve modayı takip eden tasarımları içeren, orta pazar segmenti ile yüksek moda arasında köprü görevi gören bu koleksiyonda, 25-35 yaş arası, sofistike bir tasarım algısına sahip, çalışan kadınlar hedeflenmiştir.



GEORGES BRAQUE / CUBISM



DİLARA GEZER



BACK TO NATURE

Based on the cubist art movement, this ready-to-wear collection is inspired by Georges Braque's painting "The Violin". It emphasises the notion of a return to nature since the desire for a natural and sustainable lifestyle is constantly increasing.

Focused on simple but functional design, the patterns are based on rectangular shapes enabling some parts to be worn from both sides: front & back and inside out. Thus, a single product can be worn in different styles and colours.

This high street collection located in the middle market is targeting young customers between 20 and 30 years old.

Khaki, beige, navy blue, and olive earth tones in linen, cotton and silk fabrics promise a natural summer feeling for 2018.

DOĞAYA DÖNÜŞ

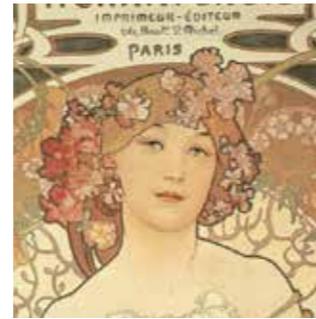
Bu hazır giyim koleksiyonunda, 20. yüzyıl kübizm sanat akımı temel alınarak, sanatçı Georges Braque'nin "The Violin" tablosundan esinlenilmiştir. Doğal ve sürdürülebilir yaşam tarzı yükseliş gösterdiği için doğaya ve doğallığa dönüş vurgulanmıştır.

Kalıplar, basit fakat fonksiyonel tasarım odaklı, çift taraflı giyilebilecek (ön/arka, iç/dış) şekilde kare formda hazırlanmıştır. Böylece tek bir ürün farklı tarz ve renkte giyilebilmektedir.

20-30 yaş aralığındaki müşterileri hedefleyen bu koleksiyonda kullanılan haki, bej, lacivert, zeytin yeşili ve toprak tonlardaki keten, şile bezi ve ipekli kumaşlar 2018'de doğal bir yaz vaat etmektedir.



ALPHONSE MUCHA / ART NOUVEAU



TUĞÇE GÖRGÜLÜ

SECRET GARDEN

Alphonse Mucha, a famous artist of the Art Nouveau period, focussed on the female figure, nature, flowers and curvy structures in his illustrations. The 'Secret Garden' collection captures the typical warm-golden colour palette and contrasts of Mucha's works.

The characteristic floral motifs of Art Nouveau have been transferred into appliques suitable for ready-to-wear and in combination with denim, neoprene and net fabrics result in a contemporary denim collection for FW 2017. The collection has been designed for young women between 18 and 25 years who prefer a stylish, sporty and dynamic style in affordable prices. It is positioned in the middle market segment.

GİZLİ BAHÇE

Art Nouveau döneminin başarılı temsilcilerinden biri olan Alphonse Mucha, tablolarında kadın figürüne, doğaya, çiçeklere ve kıvrımlı yüzeylere odaklanmıştır.

'Gizli Bahçe' koleksiyonunda da, Mucha'nın eserlerindeki tipik sıcak altın rengi paleti ve zıtlıklar yakalanmaktadır.

Art Nouveau'nun karakteristik çiçek motifleri, hazır giyim için uygun olarak aplikelere aktarılmış ve denim, neopren, file kumaşlarla birleştirilerek, çağdaş bir sonbahar-kış 2017 denim koleksiyonu tasarlanmıştır.

Şık, sportif ve dinamik bir tarzı uygun fiyata almayı tercih eden 18-25 yaş aralığındaki genç kadınlar için tasarlanan koleksiyon, orta pazar segmentinde konumlandırılmıştır.





MICHELANGELO PISTOLETTO, 'VENUS OF THE RAGS' – 1967, 1974

ARTE POVERA

*Gizem spent the first semester on an Erasmus exchange in Germany.
Gizem, ilk yarıyılı Almanya'da Erasmus öğrencisi olarak geçirdi.*



EXPERIENCE

'Experience', a ready-to-wear denim collection, is inspired from the Arte Povera movement.

The unconventional lines and unfinished appearance of the collection follows the spirit of Art Povera by means of recycled denim fabrics.

The designer level styles target women from 20-35 years, aiming to break the monotonous line of everyday-life.

DENEYİM

'Deneyim' isimli hazır giyim koleksiyonu Arte Povera (yoksul sanat) akımından esinlenilerek hazırlanmıştır.

Koleksiyonun geri dönüştürülen denim kumaşlar ile sağlanan alışlagelmişin dışındaki çizgileri ve tamamlanmamış görünümü Arte Povera ruhunu yansıtmaktadır.

Tasarım markası segmentine uygun olarak yaratılan stiller, hedef kitlesi olan 20-35 yaş aralığındaki kadınları günlük hayatın monoton çizgilerinden kurtarmayı amaçlamaktadır.



GİZEM SEMERCİ



UMBERTO BOCCIONI / FUTURISM



NİSAN MALATYALI

TRAIL OF SPEED

This ready-to-wear fashion collection is inspired by Italian futurism. While the print-patterns and constructed lines reflect the characteristic futuristic sharp edges, the colour range and textile accessories such as eyelets and zippers emphasize its fascination with urbanisation and mechanisation capturing movement and speed. Just like the Italian futurists the collection aims for a cool urban and contemporary look. This collection is positioned in the middle market of the ready-to-wear sector targeting young women between 20-40 years who have established a successful career in professional business life and want to go beyond standard lines by expressing their individual dynamism. Hence all items in this collection merge different styles (from trendy to business) together.

HIZIN İZİ

Bu hazır giyim koleksiyonu İtalyan fütürizminden esinlenilerek hazırlanmıştır. Baskı desenleri ve giysi formuna yön veren çizgiler fütürizme özgü keskin hatları yansıtırken, renk paleti ile kuşgözü ve fermuar gibi tekstil aksesuarları ise hareketi ve hızı yakalayan kentleşme ve mekanikleşmenin cazibesine vurgu yapmaktadır. İtalyan fütüristlere benzer bir şekilde koleksiyon, kentli ve çağdaş bir görünüm yaratmayı amaçlamaktadır. Hazır giyim sektörünün orta pazar seviyesinde konumlanan koleksiyon, profesyonel iş hayatında başarılı bir kariyere sahip olan ve standart çizgilerin ötesine geçerek bireysel dinamiklerini yansıtmak isteyen 20-40 yaş aralığındaki kadınları hedeflemektedir. Böylelikle, bu koleksiyonun tüm parçaları (güncel trendlerden iş yaşam stillerine kadar) farklı stilleri bir araya getirmektedir.



LOIE FULLER / ART NOUVEAU



ARZU KİBAROĞLU

THE EMBODIMENT OF CURVES

This collection is inspired by Loie Fuller, a choreographer and dancer who embodied the spirit of Art Nouveau by incorporating the movement of large pieces of fabric in her dance performance 'Serpentine'. All designs are based on her fascinating dance moves and flowing fabrics in fluttering motion. Cotton, polyester, chiffon and crepe in nude tones are the main fabrics of this collection, since they are suitable for everyday use yet provide a formal look for 25-40 year old women. Due to fine tailored design details such as curvy lines, ballooned arms and oval shaped details reflecting the 'Embodiment of Curves', this collection is positioned on the bridge level between the commercial middle market and designer level.

SOMUTLAŞAN KIVRIMLAR

Koleksiyonda, Art Nouveau ruhunun vücut bulmasını sağlayan dansçı ve koreograf Loie Fuller'ın metrelerce kumaşla yaptığı 'Serpentine' dansından ilham alınmıştır. Fuller'in yaptığı büyüleyici dans ve kumaşlara verdiği kıvrımlar, tasarımları etkileyen ana hatlardır. Hem günlük kullanıma uygunluğu hem de 25-40 yaş arası kadınlara resmi bir görünüm sağlaması açısından, tasarımlarda ten rengi tonlarında pamuk, polyester krep ve şifon kumaşlar kullanılmıştır. Kıvrımlı hatlar, balon kollar ve oval formulu tasarım detayları içeren özel üretim ürünler, 'Somutlaşan Kıvrımlar' adlı bu koleksiyonu orta pazar segmenti ile tasarımcı düzeyi arasında konumlandırmıştır.



MEZUNİYET DEFİLESİ & SERGİSİ 2017 GRADUATION FASHION SHOW & EXHIBITION

DEFİLE / FASHION SHOW

Koreografi / Choreography	Rönesans Ajans, Akif Örük
Saç ve Makyaj/ Hair & Make-up	Bioderm
Defile Fotoğrafları / Catwalk Photography	Ersan Çeliktaş, Melis Örnekoğlu, Ecem Çelik
Video Projeksiyon / Video Projection	Jörn Fröhlich
Genel Organizasyon / General Organization	Filiz Deniz
Kulis / Backstage	Aslı Kocamanlar, Jülide İşlek
Video Çekimi / Video Documentation	Hakan Tuncel/ Arda Yılmaz
İkramlar / Catering	West Aegean Restaurant
Sunucu / Host	Bartu Akartuna

DEFİLE MODELLERİ / FASHION SHOW MODELS

Casting Rönesans Ajans, Akif Örük

Öğrenciler/ Students: Elif Dokuzluoğlu, Yasemin Yeşilpınar, Gül Başdoğan, Selin Devran, İdil Özsoy, Başak Hepilbaylı, Dilara Kul, Zeynep Güzelirmak, İrmak Öztaş, Nihan Sayın, Ceylin Temiz, Hande Alkan, İlayda Adalı, Ecem Ünal, İlkin Tokgöz, Nur Gök, Cansu Yalım, Katelny Özdemir, Begüm Işık, Gizem Tatar, Arzum Kuruçalı, Selin Tuncer, Hande Köse, Esra Aslan, Ece Önal, Ilgaz Çavuşoğlu, Tutku Fırat, Selin Paçacı, Zeynep Peker, Deniz Kuruoğulları, Jessica Gür, Ege Gürsöz, Yiğit Günday, Süleyman Aslan, Batu Caner, Semih Karpat, Emre Aydın
Rönesans Ajans: Lara Alan, Sevcan Demirkaya, Büşra Aktaş, Büşra Canbaz, Tuğba Özdoğan, Nazlı Demir, Bengisu Yardımcı, Merve Serbest, Candan Millitürk, Emine Alıcı, İlknur Mutabıkoğlu

MODA MEZUNİYET STÜDYOLARI / FASHION GRADUATION STUDIOS

Koordinatör / Coordinator	Jörn Fröhlich
Tasarım Stüdyo Teknisyeni / Fashion Studio Technician	Jülide İşlek
Moda İşletmeciliği Teknisyeni / Fashion Business Technician	Aslı Kocamanlar
Kalıp ve Dikim / Pattern-making and tailoring	Sami Özkan

KATALOG / CATALOGUE

Grafik Tasarım ve Düzenleme / Graphic Design & Layout	Jörn Fröhlich
Katalog Fotoğrafları / Catalogue Photography	Ersan Çeliktaş
Dijital Fotoğraf İşleme / Digital Photo Retouching	Simay Esmek
Fotoğrafçı Asistanı / Photographer Assistant	Ecem Çelik
Editörler / Editors	Prof. Elvan Özkavruk Adanır, Angela Burns Başak Süller Zor, Elif Tekcan

KATALOG MODELLERİ / CATALOGUE MODELS

Casting Filiz Deniz

Öğrenciler/ Students: Arzum Kuruçalı, Başak Hepilbaylı, Begüm Işık, Batu Caner, Burçe Zonguldak, Cansu Yalım, Ceylin Temiz, Dilara Kul, Deniz Kuruoğulları, Ege Gürsöz, Ecem Ünal, Esra Aslan, Elif Dokuzluoğlu, Ece Önal, Gizem Tatar, Gül Başdoğan, Gamze Gönen, Hande Alkan, Hande Köse, İlayda Adalı, İlayda Çetinkaya, Ilgaz Çavuşoğlu, İrmak Öztaş, Işıl Kentli, İdil Özsoy, İlkin Tokgöz, Nihan Sayın, Nur Gök, Semih Aslan, Selin Devran, Süleyman Aslan, Selin Paçacı, Tutku Fırat, Zeynep Peker, Yiğit Günday