

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)

2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı

REKLAM YAZARLIĞI

Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
REKLAM YAZARLIĞI	PR311.0506	Güz Dönemi	2+1	2,5	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Doç.Dr. Bilge KARAMEHMET ALTUNTAŞ				
Dersi Verenler	Doç.Dr. Bilge KARAMEHMET ALTUNTAŞ				
Dersin Yardımcıları	Doç. Dr. Bilge KARAMEHMET ALTUNTAŞ				
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, yaratıcılığın önemini ve reklamcılıkta kullanımını iletmek, düşünceyi etkili bir şekilde kullanarak fikri bulmanın temel prensiplerini öğretmek ve bu fikri kullanılacak medyaya göre reklam metnine uygulamaktır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Tanışma, derse genel giriş ve ders izlencesinin paylaşılması,Yaratıcılık, Reklamcılık, Metin Yazarlığı Kavramları,Geçmişten günümüze, dışardan ve bizden metin yazarları. Mesleğin gelişimi,Reklamcılığın genel pazarlama iletişiminde oynadığı rol.,Metin yazarı özetleri, özet örneklerini ve analizleri nasıl okur?,Yaratıcı fikir geliştirme - Beyin fırtınası,Reklamda İkna Prensipleri,Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları,Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları,Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları,Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları,Reklamda dijital kampanya yazma II - Öğrenci sunumları,Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları			Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri	
1. Reklamın temellerini kavrar.			10, 6, 9	A, E, F	
2. Reklamın özelliklerini açıklar			14, 16, 9	A, E	
3. Belirlenen bir markanın reklamını yaratır.			16, 6, 9	A, F	
4. Farklı reklam mecralarına yönelik metin yazımının tekniklerini öğrenir.			16, 9	A, E	
5. Farklı reklam mecralarına, farklı kitlelere ve farklı ürünlere yönelik reklam dizayn eder.			16, 9	A, E	
6. Yaratıcı yazma alanındaki becerilerini geliştirir.			16, 9	A, E	
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 14: Bireysel Çalışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 6: Deneyimle Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, E: Ödev, F: Proje Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Tanışma, derse genel giriş ve ders izlencesinin paylaşılması	İlgili okuma			
2	Yaratıcılık, Reklamcılık, Metin Yazarlığı Kavramları	İlgili okuma			
3	Geçmişten günümüze, dışardan ve bizden metin yazarları. Mesleğin gelişimi	İlgili okuma			
4	Reklamcılığın genel pazarlama iletişiminde oynadığı rol.	İlgili okuma			
5	Metin yazarı özetleri, özet örneklerini ve analizleri nasıl okur?	İlgili okuma			
6	Yaratıcı fikir geliştirme - Beyin fırtınası	İlgili okuma			
7	Reklamda İkna Prensipleri	İlgili okuma			
8	Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
9	Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
10	Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
11	Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
12	Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
13	Dijital kampanya yazma II - Öğrenci sunumları	İlgili okuma			
14	Reklamda ikna prensipleri- öğrenci sunumları	İlgili okuma			
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar
1- Reklam Kuşakları- 1940'dan Günümüze Reklamcılık / Reklamcılık Vakfı yayınları
2- Hollywood Daha Beyaz Yıkar- Jacques Seguela / Afa yayınları
3- Masallar ve Gerçeklerle Reklamcılık- John Philip Jones / Media Cat Yayınları
4- Bir Koca Hayat- Mary Wells Lawrence / MediaCat yayınları
5. Jim Avery, Kampanya Planlaması, Reklamcılık Vakfı Yayınları
Müge Elden, Reklam Yazarlığı, İletişim Yayınları