Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
COM410	Réduction dans la publicité	8	2	0	0	2	3

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	Le but de ce cours est de développer la pensée créative, de renforcer l'infrastructure théorique utilisée pour écrire des textes et de les appliquer avec des travaux pratiques.
Contenus	La structure de l'agence de publicité et le rôle de l'auteur dans cette structure, processus de création, recherche d'idées et rédaction de texte d'annonce, compréhension des caractéristiques et des possibilités des publicités utilisées dans la publicité, et les textes seront couverts.
Ressources	Bowdery, Rob. (2008). Copywriting. Bloomsbury Publishing. Lausanne Elden, Müge. (2009). Reklam Yazarlığı. İletişim. İstanbul. Jones, John Philip (ed). (1999). The advertising business: operations, creativity, media planning, integrated communications. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications. Klebba, Joanne M. Pamela Tierney. (1995). "Advertising Creativity". Journal of Current Issues and Research in Advertising. 17(2), 3352 Sugarman, Joseph. (2016). Reklam Yazarının Elkitabı. Mediacat. İstanbul.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Processus de création de l'agence, stratégie créative et résumé
2	Théories de la créativité et de la créativité dans la publicité - I
3	Théories de la créativité et de la créativité dans la publicité - II
4	Techniques pour trouver des idées créatives - I
5	Techniques pour trouver des idées créatives - II
6	Publicité écrite dans les médias traditionnels - I
7	Publicité écrite dans les médias traditionnels - II
8	Examen partiel
9	Études de cas
10	Rédaction publicitaire numérique - I
11	Rédaction publicitaire numérique - II
12	Études de cas
13	Présentations
14	Présentations