İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM410	Reklam Yazarlığı	8	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Derste yaratıcı düşüncenin geliştirilmesi, reklam metni yazımında kullanılan tekniklerin teorik altyapısının oluşturulması ve uygulamalı çalışmalarla pekiştirilmesi amaçlanmaktadır.
İçerik	Reklam ajansının yapısı ve bu yapıda reklam yazarının rolü, yaratıcı süreç, fikir bulma ve reklam metni yazma, reklamda kullanılan mecraların özelliklerini ve olanaklarını kavrayarak mecraya uygun reklam metinleri yazma, görsel, tasarım ve metnin bütünlüğünü oluşturma gibi konular ele alınacaktır.
Kaynaklar	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.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Reklam ajansında yaratıcı süreç, yaratıcı strateji ve brief
2	Reklamda yaratıcılık ve yaratıcılık teorileri - I
3	Reklamda yaratıcılık ve yaratıcılık teorileri – II
4	Yaratıcı fikir bulma teknikleri - I
5	Yaratıcı fikir bulma teknikleri - II
6	Geleneksel mecralarda reklam yazarlığı – I
7	Geleneksel mecralarda reklam yazarlığı – II
8	Vize
9	Vaka incelemeleri
10	Dijital reklam yazarlığı – I
11	Dijital reklam yazarlığı – II
12	Vaka incelemeleri
13	Proje sunumları
14	Proje sunumları