

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Metin Yazarlığı	ADV 305	Güz	02+02+00	Seçmeli	3	6
Akademik Birim:	İletişim Fakültesi					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Arda ERDİK					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none"><li>• Yaratıcılıklarını ve yaratıcı yazma becerilerini geliştirmesi,</li><li>• Sektördeki güncel olaylara bakarak fikir oluşturması, iyileştirmesi ve uygulama süreçlerini deneyimlemesi beklenmektedir.</li></ul>					
Dersin İçeriği:	Ders, reklamcılık, reklam yazarlığı, pazarlama ve işletmecilik alanlarında profesyonel ve idari kariyer planlayan öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılar.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Farklı reklam kanalları için metin yazma tekniklerini uygulayabilme</li><li>• <b>2-</b> Farklı reklam kanalları, farklı kitleler ve farklı ürünler için reklam yazabilme,</li><li>• <b>3-</b> Reklam ajanslarında reklam yazma sürecini anlama ve uygulama becerisi</li></ul>					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Metin Yazarlığının Temelleri 2. Geleneksel Medya için Yazma 3. Dijital Medya için Metin Yazarlığı Modüller genellikle modül içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden gözlemlerini sunmaları ve bilgiyi içselleştirebilmeleri için kavramla ilgili küçük projeler yapmaları istenir. Projelerin yazılı sunumları 0 olarak değerlendirilir. Sınıf içi alıştırmalar olarak değerlendirilir. Sözlü sunumlara 0 not verilirken, 'si genel not olarak çalıştaydan alınır.					

## HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon Haftası (hazırlık ve ders planı)	
2	Metin Yazarlığı: Metin yazarı kimdir? Günlük rutini nedir? Ajans hiyerarşisinde nasıl çalışır?	Okuma
3	Fikir nasıl bulunur?: Her şey bir fikirle mi başlar? Yaratıcılık öğrenilebilir mi? Kim yaratıcı? Bir fikir nasıl gelişir? Bir fikir nasıl öldürülür?	Okuma Ödevi
4	Brif yazma/okuma: Yaratıcı özet nedir? Bir metin yazarı kendi brifini nasıl yazar? Ona nasıl yardımcı olur?	Okuma Ödevi
5	Slogan ve Tagline: Slogan ve tagline arasındaki fark nedir? Başlık / slogan nasıl yazılır? Nasıl ortaya çıkıyorlar / çoğalıyorlar / ölüyorlar?	Okuma Ödevi ve Sözlü Sunumlar
6	Baskıya yazmak: İyi bir fikir kelimelere nasıl aktarılır? Tek kelime kullanmadan nasıl yazılıp, reklam yapılır?	Okuma Ödevi
7	Dış mekana yazmak: Baskı ile dış mekan arasındaki fark nedir? İyi bir açık hava reklamı nedir.	Okuma Ödevi
8	TV / Sinema reklamları yazmak: Bir metin yazarı metin, görüntü ve sesi nasıl birleştirir? Etkileyici bir reklam filmi nasıl	Okuma Ödevi ve izlenim yazıları

	yazılır?	
9	Radio spotları ve jingle yazmak: Sözcükler nasıl sese dönüşür? Sesle iletişimin sırları nelerdir? Kişi işitme yoluyla hedef profillerin zihnine nasıl girebilir?	Okuma Ödevi
10	Dijital reklam yazmak: Fark nedir? Viral reklamlar nasıl yazılır? Sosyal medya reklamları nasıl yazılır?	Okuma Ödevi
11	Yeni medya reklamları yazmak: Bir metin yazarı kendi mecrasını yaratabilir mi? Gerilla, ambiyans, etkinlik vb. yeni medya kanallarına reklam nasıl yazılır?	Okuma Ödevi
12	Sunumlar: Bir metin yazarı kendi çalışmasını nasıl sunar? Bir fikir müşteriye nasıl satılır?	Okuma Ödevleri
13	Çalıştay Haftası	Grup Sunumları
14	Değerlendirme	

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Fikir Nasıl Bulunur? / Jack Foster / MediaCat Kitapları  
Satan Reklam Yaratmak / Luke Sullivan / MediaCat Kitapları  
Basın İlanı Böyle Yapılır! / Jim Aitchison / Okuyan Us Yayın  
Televizyon Reklamı Böyle Yapılır! / Jim Aitchison / Okuyan Us Yayın

## DİĞER KAYNAKLAR

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	12	-
Uygulama	2	20
Proje	1	30
Sunum/Jüri	3	30
Diğer Uygulamalar (seminer, stüdyo kritiği, workshop vb.)	1	20
<b>Total:</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
-------------	--------	---------------	-----------------------

Ders Saati	14	3	42
Uygulama	2	4	8
Proje	1	30	30
Sunum/Jüriye Hazırlık	3	15	45
Diğer Uygulamalara Hazırlık	1	25	25
<b>Toplam İş Yüğü (saat):</b>			<b>150</b>

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

## PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13
OC1													
OC2													
OC3													

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek