

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Metin Yazarlığı	AD 309	Güz	03+00+00	Zorunlu	3	6
Akademik Birim:	Reklamcılık					
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Perrin ÖGÜN EMRE					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin; 1.Öğrencilerin yaratıcılıklarını farketmesi ve yaratıcı yazarlık becerilerinin gelişmesi 2.Sektördeki güncel gelişmelere bakarak fikirlerin yaratılma, geliştirilme ve uygulanma süreçlerini deneyimlemesi, beklenmektedir.					
Dersin İçeriği:	Ders iletişim alanında profesyonel ve idari kariyer yapacak olanların bilmeleri gereken reklamcılık kavramlarını vererek ihtiyaçlarına cevap vermektedir. İlgili meslekler reklamcılık, reklam yazarlığı, pazarlama, iş idaresi.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Farklı reklam mecralarına yönelik metin yazımının tekniklerini öğrenmek.</li><li>• <b>2-</b> Farklı reklam mecralarına, farklı kitlelere ve farklı ürünlere yönelik reklam yazabilmek.</li><li>• <b>3-</b> Reklam ajanslarındaki reklam yazma sürecini anlamak ve uygulamak.</li></ul>					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Derslerde yapılan uygulamalar.Haftalık ödevler.Final projesi.					

## HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Tanışma & Ders planının tanıtılması	
2	Reklam yazarlığı: Reklam yazarı kimdir? Günlük rutini nedir? Reklam ajansı hiyerarşisinde nasıl çalışır?	
3	Fikir nasıl bulunur?: Her şey bir fikirle mi başlar? Yaratıcılık öğrenilebilir mi? Yaratıcı kimdir? Fikir nasıl gelişir? Fikir nasıl ölür?	
4	Brief yazmak / okumak: Yaratıcı brief nedir? Bir reklam yazarı kendi briefini nasıl yazar? Bu ona nasıl yardım eder?	
5	Slogan ve tagline: Slogan ve tagline arasındaki fark nedir? Slogan nasıl yazılır? Sloganlar nasıl ortaya çıkar / gelişir / ölür?	
6	Basılı reklamı yazmak: İyi fikirler nasıl yazıya dökülür? Tek bir kelime dahi kullanmadan nasıl reklam yazılır?	
7	Açık hava reklamı yazmak: Basılı ve açık hava reklamı arasındaki farklar? İyi Açık hava reklamı.	
8	TV / Sinema reklamları: Bir metin yazarı yazıyı, görseli ve sesi nasıl birleştirir? Etkili reklam filmi nasıl yazılır?	
9	Radyo ve jingle yazmak: Kelimeler nasıl sese dönüşür? Sesle iletişimin sırları nelerdir? Hedef kitlenin zinine sesle nasıl	

	ulaşılır?	
10	Dijital reklam yazmak: Farkı nedir? Viral reklam nasıl yazılır? Sosyal medya reklamı nasıl yazılır?	
11	Yeni medya reklamı yazmak: Bir metin yazarı kendi mecrasını yaratabilir mi? `Gerilla, ambient, etkinlik vb.? gibi mecralara nasıl reklam yazılır?	
12	Sunumlar: Reklam yazarı kendi işini nasıl sunar? Müşteriye fikir nasıl satılır?	
13	Atölye	
14	Atölye	

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

Yok

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	1	10
Ödev	5	30
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.)	14	20
Final Sınavı	1	40
<b>Total:</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Ödev	5	5	25
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	14	4	56
Final Sınavı	1	27	27

Toplam İş Yüğü (saat):

150

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10
OC1	3	1	2		3	3	3	3		
OC2	3	1	2		3	3	3	3		
OC3	3	1	1		3	3	3	3		

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