

# COPYWRITING

## სილაბუსი

სასწავლო კურსის მიზანია სტუდენტებმა შეძლონ საკომუნიკაციო კამპანიებსა და სარეკლამო ტექსტებზე მუშაობა.

კურსის გავლის შემდეგ, ისინი გაეცნობიან საკომუნიკაციო სააგენტოს სტრუქტურას, მუშაობის პროცესს, იდეების გენერირების ხერხებს და შეძლებენ სცენარის, სლოგანის თუ სხვა სახის ტექსტების გამართულად წერას.

### ლექტორი - მიშკა სეხნიაშვილი

საკომუნიკაციო სააგენტო ABK-ს უფროსი ქოფირაითერი

საკომუნიკაციო კამპანიებზე უმუშავია ისეთ ბრენდებსა თუ საჯარო სამსახურებთან როგორცაა: კაპაროლი, ალპინა, სილქნეტი, ალგათევი, ბანკი რესპუბლიკა, VTB ბანკი, გექნოპარკი, ეკონომიკის სამინისტრო, საგანგებო სიტუაციების მართვის სამსახური და ა.შ.

მიღებული აქვს სხვადასხვა ჯილდოები: White Square-ის, KIAF-ის და AD BLACK SEA-ს საერთაშორისო სარეკლამო ფესტივალებზე.

ლექცია 1	<p><b>სარეკლამო სამყაროს გაცნობა.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● სტუდენტების გაცნობა</li><li>● სილაბუსისა და სასწავლო პროგრამის გარჩევა</li><li>● აქტუალური მიდგომები, თემები და დამოკიდებულებები სარეკლამო სფეროში</li><li>● რა საჭიროა კრეატიულობა?</li><li>● სარეკლამო სააგენტოს სტრუქტურა</li></ul> <p><b>Art Director &amp; Copywriter</b></p> <p>(Skills and Tools)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● დაჯალბა</li></ul>
----------	--

<p>ლექცია 2</p>	<p><b>ინსაითი</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ინსაითის რაობა</li> <li>● ინსაითის მაგალითები</li> <li>● ინსაითის წყაროები</li> <li>● ინსაითის ძიების ტექნიკა და ადგილები</li> <li>● ინსაითის როლი კრეატიულ პროცესში</li> </ul> <p><b>სარეკლამო სტრატეგიის ეტაპები</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● მიზნის კრიტერიუმები და რეკლამის ამოცანები</li> <li>● პოზიციონირება</li> <li>● სტრატეგია VS კრეატივი</li> <li>● პოზიციონირება (<i>პოზიციონირების ელემენტები და ქეისები</i>)</li> <li>● დაფალება</li> </ul>
<p>ლექცია 3</p>	<p><b>Client Brief vs Creative Brief</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● რა არის და რას უნდა პასუხობდეს ბრიფი?</li> <li>● Creative Brief-ის ფორმა</li> <li>● როგორ ვუპასუხოთ მოცემულ ბრიფს</li> <li>● როგორ ჩამოვაყალიბოთ მთავარი სათქმელი</li> </ul>
<p>ლექცია 4</p>	<p><b>Big Idea</b>–ს რაობა და მაგალითები</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>პრაქტიკული საბუშაო</i></li> <li>● დაფალება</li> </ul>
<p>ლექცია 5</p>	<p><b>Creative Tools</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● როგორია კარგი რეკლამა?</li> <li>● კრეატიული იდეების მოფიქრების ხერხები რეკლამაში (ქეისების განხილვა)</li> <li>● <i>პრაქტიკული საბუშაო</i></li> <li>● დაფალება</li> </ul>

<p>ლექცია 6</p>	<p><b>მედია არხები</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● მედია არხები და მათი გამოყენება რეკლამაში (ქეისების განხილვა)</li> <li>● პრაქტიკული სამუშაო</li> <li>● დავალება</li> </ul>
<p>ლექცია 7</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ნეიმინგი</li> <li>● ისტორიისა და პერსონაჟების განვითარება</li> <li>● სცენარი და კადრირება</li> <li>● ქეისების განხილვა</li> <li>● პრაქტიკული სამუშაო</li> <li>● <i>ფინალური დავალება</i></li> </ul>
<p>ლექცია 8</p>	<p><b>გამოცდა - საბოლოო დავალების წარდგენა</b></p>