

Reklametekst – på print og på nettet

Næsten alle kan skrive – men langt fra alle kan skrive reklame, heller ikke journalister. For det kræver en indsigt i og empati for den målgruppe, du skriver til – og en evne til at fænge modtageren i et splitsekund: Han/hun har jo ikke bedt om at blive belemret med dit budskab om en bestemt vare, serviceydelse eller holdning. Men du skal have dem til at acceptere og helst reagere på det! Derfor får du her nogle redskaber og øvelser i at skrive kommercielle tekster, lærer om samspillet mellem overskrift og illustration, om at opbygge en brødtekst til en annonce og en folder, lave sælgende nyhedsbreve og hjemmesider, bannere og plakater.

Eksamensform

Projektopgave med mundtlig fremlæggelse.

Underviser

Annemette Allerup er uddannet i USA og har været tekstforfatter hele sit voksne liv. Hun har været med til at starte og drive en række reklamebureauer bl.a. Bergsøe 4, Ad Hoc Allerup, Larsen & Parup, Courage! og Courage EURO RSCG. Hun har også været i bestyrelsen og formand for Creative Circle i adskillige år. Desuden var hun institutbestyrer på Reklameskolen/Tekstlinien i 8 år og har selv opfostret en lang række yngre tekstforfattere i Courage-regi. De senere år har hun været freelance i sin egen Tekst&Tankevirksomhed.

Litteratur og pensum

Man kan ikke læse sig til at blive en god tekstforfatter. Men man kan skrive sig ind på det. Derfor bliver undervisningsdagene spækket med eksempler og opgaver – og gør du noget ved hjemmeopgaverne fra gang til gang, skulle du gerne ende med at have en god forståelse for, hvad der skal til for at komme igennem med et sælgende budskab.

Undervisning

Type: Mediefag

Sted: Mediehøjskolen, Emdrupvej 72, 2400 København NV

Omfang

5 ECTS point – 138 timer

21 timer på undervisningsstedet (3 dage á 7 lektioner)

120 timer til forberedelse, opgaveløsning og eksamen