

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)

2019 - 2020 Eğitim Öğretim Yılı

DİJİTAL REKLAMCILIK

Ders Tasarımı (Syllabus)

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
DİJİTAL REKLAMCILIK	PR321.0531	Bahar Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Doç.Dr. Bilge KARAMEHMET ALTUNTAŞ				
Dersi Verenler	Prof.Dr. Meliha Nurdan TAŞKIRAN				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencinin; dijital reklamcılık süreçleri hakkında detaylı bilgiye sahip olmasını sağlamaktır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Sosyal Medya Reklamcılığı, Yeni İletişim Teknolojileri ve Reklamcılık İlişkisi, Dijital Reklamcılık ve Özellikleri, Dijital Reklam Modelleri, Dijital Reklam Stratejileri, Dijital Reklamcılıkta Yaratıcı Süreç, Dijital Medya Planlama ve Satın alma, Mobil Reklamcılık-Gerçek Zamanlı Pazarlama, Arama Motoru Pazarlaması (SEM)-Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)-Arama Motoru Reklamcılığı (SEA), Sosyal Medya Reklamcılığı, Dijital Reklamcılıkta Etik, Alternatif Dijital Pazarlama örnekleri, Dijital Reklam Örnekleri, Proje Sunumları, Proje Sunumları-Genel Değerlendirme; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1. Dijital reklamcılığın işlevlerini açıklayabilecektir.				1, 12, 2, 4	A, D
2. Dijital reklamcılık modellerini tanımlayabilecektir				1, 2, 3, 4	A
3. Dijital reklamcılık stratejilerini planlayabilecektir.				1, 9	A
4. Dijital reklam kampanyalarının yaratıcı sürecini organize edebilecektir				1, 12, 14, 2, 3, 4	A, C
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 14: Bireysel Çalışma, 2: Soru - Cevap, 3: Tartışma, 4: Alıştırma ve Uygulama, 9: Benzetim				
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav, C: Ödev, D: Proje / Tasarım				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
0	Sosyal Medya Reklamcılığı				
1	Yeni İletişim Teknolojileri ve Reklamcılık İlişkisi				
2	Dijital Reklamcılık ve Özellikleri				
3	Dijital Reklam Modelleri				
4	Dijital Reklam Stratejileri				
5	Dijital Reklamcılıkta Yaratıcı Süreç				
6	Dijital Medya Planlama ve Satın alma				
7	Mobil Reklamcılık-Gerçek Zamanlı Pazarlama				
8	Arama Motoru Pazarlaması (SEM)-Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)-Arama Motoru Reklamcılığı (SEA)				
9	Sosyal Medya Reklamcılığı				
10	Dijital Reklamcılıkta Etik				
11	Alternatif Dijital Pazarlama örnekleri				
12	Dijital Reklam Örnekleri				
13	Proje Sunumları				
14	Proje Sunumları-Genel Değerlendirme				
Kaynaklar					
1- S. Uğurlu, Yeni Medya'da Stratejik İletişim, Beta Yay., İstanbul, 2017. 2.R. Uzun, İletişim Etiği, Dipnot, Ankara, 2011. 3. P. Kotler, Pazarlama 3.0. SinpasYayın.İstanbul, 2010. 4. S. Kingsnorth, Dijital Pazarlama Stratejisi, Nobel, 2017 4- F. V. Dyck, Yeni Nesil Reklamcılık, The Kitap, İstanbul, 2014. Ders notu					