

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)

2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı

DİJİTAL REKLAMCILIK

Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
DİJİTAL REKLAMCILIK	PR3210531	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. Ayşen AKYÜZ				
Dersin Yardımcıları	Dr. Öğretim Üyesi Saadet UĞURLU				
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 Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1. Dijital reklamcılığın işlevlerini açıklar				13, 16, 6, 9	A, F
2. Dijital reklamcılık modellerini tanımlar				10, 16, 6, 9	A
3. Dijital reklamcılık stratejilerini planlar.				21, 9	A
4. Dijital reklam kampanyalarının yaratıcı sürecini organize eder				10, 13, 14, 16, 6, 9	A, E
5. Dijital reklamda çağdaş yaklaşımları karşılaştırır.				16, 9	A
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 14: Bireysel Çalışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 21: Benzetim/Simülasyon Tekniği, 6: Deneyimle Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, E: Ödev, F: Proje Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
0	Sosyal Medya Reklamcılığı	İlgili okuma			
1	Yeni İletişim Teknolojileri ve Reklamcılık İlişkisi	İlgili okuma			
2	Dijital Reklamcılık ve Özellikleri	İlgili okuma			
3	Dijital Reklam Modelleri	İlgili okuma			
4	Dijital Reklam Stratejileri	İlgili okuma			
5	Dijital Reklamcılıkta Yaratıcı Süreç	İlgili okuma			
6	Dijital Medya Planlama ve Satın alma	İlgili okuma			
7	Mobil Reklamcılık-Gerçek Zamanlı Pazarlama	İlgili okuma			
8	Arama Motoru Pazarlaması (SEM)-Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)-Arama Motoru Reklamcılığı (SEA)	İlgili okuma			
9	Sosyal Medya Reklamcılığı	İlgili okuma			
10	Dijital Reklamcılıkta Etik	İlgili okuma			
11	Alternatif Dijital Pazarlama örnekleri	İlgili okuma			
12	Dijital Reklam Örnekleri	İlgili okuma			
13	Proje Sunumları	İlgili okuma			
14	Proje Sunumları-Genel Değerlendirme	İlgili okuma			
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

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. SinpaşYayın.İstanbul, 2010.
 4. S. Kingsnorth, Dijital Pazarlama Stratejisi, Nobel, 2017
- Ders notu,
1. - F. V. Dyck, Yeni Nesil Reklamcılık, The Kitap, İstanbul, 2014.