

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)

2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı

DİJİTAL İÇERİK YÖNETİMİ

Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
DİJİTAL İÇERİK YÖNETİMİ	PR4212026	Bahar Dönemi	1+2	2	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler	Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama				
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Doç.Dr. Yeşim ESGİN				
Dersi Verenler	Doç.Dr. Yeşim ESGİN				
Dersin Yardımcıları	Doç.Dr. Yeşim Esgin				
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilere dijital içerik yönetiminin temel unsurları hakkında bilgi almalarını sağlamaktır. Ders, katılımcıların dijital platformlarda içerik oluşturma ve ayrıca şirketler ve markalar için içerik yönetimi hakkında bilgi edinmelerine olanak tanır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Dijital İçerik Yönetimine Giriş, İçerik Planlama Stratejileri, Marka Arşetipleri ve Hikayeleştirme, Uygulama Saati, Tartışma Oturumu I, İçerik Stratejisi Tanımlama, İçerik Stratejisi Uygulaması, Pazarlama Kanalları İçin İçerik Yaratımı, Tartışma Oturumu II, İçerik Yönetimi, Konuk Konuşmacı- Veri Odaklı Pazarlama, İçerik Performans KPI Değerlendirmesi, Müşteri Deneyiminde Veri Odaklı Kişiselleştirme, Final Sunumları- Sınıf İçi Hazırlık ; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
Dersi tamamlayan öğrenciler; Dijital içerik yönetiminin genel ilkelerini anlarlar Dijital içerik yönetimi ve uygulamaları hakkında bilgi sahibi olurlar İçerik yönetimi hakkında içgörü kazanırlar İçerik performansı KPI'larının genel ilkeleri hakkında bilgi sahibi olurlar				10, 13, 19, 4	A, F
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 19: Beyin Fırtınası Tekniği, 4: Sorgulama Temelli Öğrenme Modeli				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, F: Proje Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Dijital İçerik Yönetimine Giriş				
2	İçerik Planlama Stratejileri				
3	Marka Arşetipleri ve Hikayeleştirme				
4	Uygulama Saati				
5	Tartışma Oturumu I				
6	İçerik Stratejisi Tanımlama				
7	İçerik Stratejisi Uygulaması				
8	Pazarlama Kanalları İçin İçerik Yaratımı				
9	Tartışma Oturumu II				
10	İçerik Yönetimi				
11	Konuk Konuşmacı- Veri Odaklı Pazarlama				
12	İçerik Performans KPI Değerlendirmesi				
13	Müşteri Deneyiminde Veri Odaklı Kişiselleştirme				
14	Final Sunumları- Sınıf İçi Hazırlık				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar

-Shivakumar, K. S., Enterprise Content and Search Management for Building Digital Platforms, 2017, New Jersey.
-Chaffey D., Ellis-Chadwick F., Digital Marketing, Pearson, 2019, Harlow
-Ders Notları
-Görsel-İşitsel İçerikler-Görsel-İşitsel İçerikler