

**İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)****2021 - 2022 Eğitim Öğretim Yılı****DİJİTAL REKLAMCILIK****Ders Tasarımı (Syllabus)**

<b>Dersin Tanımı</b>					
<b>Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyıl</b>	<b>T+U Saat</b>	<b>Kredi</b>	<b>AKTS</b>
DİJİTAL REKLAMCILIK	PR3210531	Bahar Dönemi	3+0	3	5
<b>Ön Koşul Dersleri</b>					
<b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	İngilizce				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans				
<b>Dersin Türü</b>	Programa Bağlı Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doç.Dr. Bilge KARAMEHMET ALTUNTAŞ				
<b>Dersi Verenler</b>	Prof.Dr. Meliha Nurdan TAŞKIRAN				
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı öğrencinin; dijital reklamcılık süreçleri hakkında detaylı bilgiye sahip olmasını sağlamaktır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	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.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>				<b>Öğretim Yöntemleri</b>	<b>Ölçme Yöntemleri</b>
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
<b>Öğretim Yöntemleri</b>	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 14: Bireysel Çalışma, 2: Soru - Cevap, 3: Tartışma, 4: Alıştırma ve Uygulama, 9: Benzetim				
<b>Ölçme Yöntemleri</b>	A: Yazılı sınav, C: Ödev, D: Proje / Tasarım				
<b>Ders Akışı</b>					
<b>Sıra</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>			
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				
<b>Kaynaklar</b>					
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					