



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Halkla İlişkiler ve Reklamda Dijital Stratejiler							
Ders Kodu		HİRY519		Ders Düzeyi		Yüksek Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Dijital iletişim kampanya geliştirme sürecini teori ve uygulamalar üzerinden tanıtmak ve dijital pazarlama iletişiminin geleneksel pazarlama iletişiminden farklarını kavramalarını sağlamak. Bu kapsamda dijital pazarlama, dijital strateji geliştirme, başarılı bir dijital dönüşüm gerçekleştirme ve dijital pazarlamanın halka ilişkiler stratejilerinin geliştirilmesindeki rolü hakkında bilgi vermeyi amaçlamaktadır.							
Özet İçeriğı		Dijital iletişim, dijital pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi, sosyal medya pazarlama, dijital reklam, dijital PR							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Taşkıran H.B. (2017). Marka iletişimi ve digital Stratejiler, Der. Yayınları
---	--

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	GİRİŞ
2	Teorik	Dijital iletişim nedir? Dijital iletişim stratejileri nelerdir?
3	Teorik	Dijitalde iletişim ve pazarlama terminolojileri
4	Teorik	Dijital ekosistem, dijital müşteri
5	Teorik	Sosyal medya pazarlaması ve yönetimi WOMM uygulamaları
6	Teorik	Dijital pazarlama da diğer online reklam yönetimleri (dijital reklam, e-posta, e-ticaret, mobil marketing)
7	Teorik	İnteraktif pazarlama ve reklamcılık yaklaşımları ve internet mecralarının kullanımı
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Dijital reklam kampanya yönetimi
10	Teorik	Dijital reklam kampanyalarının iletişim stratejileri üzerindeki etkileri
11	Teorik	Dijital reklam kampanyalarının halkla ilişkiler stratejileri üzerindeki etkileri
12	Teorik	Dijital pazarlama bütçesinin belirlenmesi ve oranları
13	Teorik	Dijital reklam kampanyalarında ölçme ve değerlendirme
14	Teorik	Dijital dönüşümün halkla ilişkilere uyarlanması
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	13	2	3	65
Ara Sınav	1	29	1	30
Dönem Sonu Sınavı	1	29	1	30
Toplam İş Yüğü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Dijital iletişim stratejisi kavramlarını bilir.
---	---



2	Dijital pazarlamayı ve bileşenlerini anlar.
3	Dijital pazarlama stratejisi oluşturmayı anlar.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında dijitalin nasıl kullanacağını öğrenir.
5	Dijital dönüşümün halkla ilişkilere olan etkisini anlar.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yüksek Lisans Programı)

1	İletişimin kültürel boyutlarını inceleyebilecek ve üzerinde akademik çalışmalar yapabilir.
2	Mesaj stratejisini kurumsal çerçevede ele alabilir
3	Reklamcılığın temeli, multimedya, internet ve mobil iletişim pazarlama ilkeleri alanında bilgiye sahip olur.
4	Reklam kampanyaları planlama ve değerlendirme aşamalarında temel yöntemler
5	Reklamcılık ve diğer pazarlama iletişimi çabalarının yorumlanma yeteneği
6	Marka, marka imajı, marka yaratmak ve marka denkliği konusunda yetenek kazanır.
7	Bütünleşik pazarlama yönetimi ve stratejik rolü
8	Dağıtım kanalları, perakendecilik ve satın alma noktasıyla ilgili strateji oluşturma
9	Bilimsel araştırmanın ve sosyal olguların özellikleri
10	Yaratıcı düşünce ve reklam yazarlığı ve ilgili süreç

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	5	5	5	5	5
PÇ2	5	5	3	4	4
PÇ3	5	4	4	5	5
PÇ4	4	4	5	3	4
PÇ5	5	5	4	5	4
PÇ6	4	4	4	4	4
PÇ7	5	4	3	3	4
PÇ8	4	5	3	4	4
PÇ9	5	5	5	5	4
PÇ10	5	5	4	3	4

