

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM310	Dijital Reklamcılık	6	2	2	2	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Derste kapsamında dijital dünyada reklam üretiminin gerçekleştiği alanlar ele alınacaktır. Değişen tüketici davranışları ile dikkate alınması gereken iletişim stratejileri üzerinde durulacaktır. Ders süresince güncel örneklerin analizi yapılırken aynı zamanda dijital reklam üretimine dair uygulamalar yapılacaktır. Bütünlüklü bir dijital kampanya stratejisi oluşturma, bu strateji doğrultusunda üretim yapabilme becerisi kazandırılacaktır.
İçerik	Derste sosyal medya, internet temelli dijital pazarlama ve reklamcılık konusunda kuramsal bir çerçeve anlatılacaktır. Kuramsal çerçeve uygulama çalışmaları ile desteklenecektir.
Kaynaklar	Chaffey, Dave (2009) Internet marketing: strategy, implementation and practice. 4th ed. Harlow: Financial Times Prentice Hall. Cova, B., Kozinets, R. and Shankar, A. (eds) (2007) Consumer tribes. Oxford: Butterworth-Heinemann. Cross, R. G. and Dixit, A. (2005) 'Customer-centric pricing: The surprising secret for profitability', Business Horizons, 48(6), pp. 483-491 Kaplan, A. M. (2012) 'If you love something, let it go mobile: Mobile marketing and mobile social media 4x4', Business Horizons, 55(2), pp. 129-139. Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010) 'Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media', Business Horizons, 53(1), pp. 59-68. Strauss, Judy and Frost, Raymond (2012) E-marketing. 6th ed. Boston, [Mass.]: Pearson.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dijital dünya genel çerçeve
2	Dijital reklam çeşitleri ve stratejileri
3	Dijital içerik üretimi
4	Uygulama: markalı içerik üretimi
5	Dijital dünyada tüketici ve kullanıcı güdümlü içerik – UGC –
6	Uygulama: tüketiciyi dahil etme
7	Vize
8	Sosyal medya - I
9	Sosyal medya - II
10	Sosyal medya - III
11	Uygulama
12	Mobil reklam ve pazarlama
13	Uygulama
14	Reklam oyunları / advergaming