

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Dijital İçerik Yönetimi	NM 206	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	6
Akademik Birim:	Yeni Medya Bölümü					
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Levent SOYSAL					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: Teknolojinin ve farklı medya biçimlerinin gelişmesine dair bir anlayış edinmeleri Eski ve yeni medya biçimleri arasında karşılaştırma yapabilecek, toplum ve kültür üstüne etkilerini görebilecek anlayışa ulaşmaları Yeni medya inovasyon projesini yürütebilecek yeti kazanmaları beklenmektedir.					
Dersin İçeriği:	Bu dersin amacı öğrencilere dijital ortamda içeriğin yönetimine dair kuramsal bir çerçeve çizmek ve pratik beceriler geliştirmelerini sağlamaktır. Öğrenciler ders boyunca içeik pazarlaması konusunda örnekler yoluyla bilgi edinecekler ve gerçek hayattaki örneklerden yola çıkarak dağıtım kanallarını kullanma ve strateji geliştirme konusundaki becerilerini geliştireceklerdir.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	1- İçeriğin yeni medya çağındaki rolünü anlayabilmek 2- İçeriğin dağıtım kanallarını öğrenmek 3- Yeni medya kanallarının iletişim stratejisi geliştirme konusundaki rolünü öğrenmek 4- Farklı iletişim araçlarına göre içeriği yönetmeyi öğrenmek 5- Yeni içerik biçimlerinin önemini anlayabilmek 6- Yeni trendleri inceleyebilecek becerileri geliştirebilmek 7- İçerik konusunda etik ve kurallara dair bir bilinç geliştirebilmek					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Dönem ödevi, sunumlar, ödevler					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Derse giriş	Ders notlarını okumak
2	İçerik yönetimi nedir?	Ders notlarını okumak
3	İçerik yönetimi marka yönetimine nasıl destek olur?	Ders notlarını okumak, kişisel ödev araştırmak
4	Müşteriye ulaşmamızı sağlayan yeni kanallar nelerdir?	Ders notlarını okumak, kişisel ödev konusunu seçmek
5	Nasıl bütünlüklük bir içerik stratejisi geliştirebiliriz?	Ders notlarını okumak, grup ödevi konusunu araştırmak, seçmek
6	Video devrimi	Ders notlarını okumak, grup üyelerini seçmek
7	Müşteri ile iletişim için sosyal medya ve bloglar	Ders notlarını okumak, grup üyelerini seçmek
8	Ara sınavlar	Sınava hazırlık
9	İçerik yoluyla pazarlama	Ders notlarını okumak, kişisel ödev hazırlığı
10	Nasıl sürdürülebilir bir içerik stratejisi geliştirebiliriz?	Ders notlarını okumak, kişisel ödev hazırlığı

11	Cross media distribution	Ders notlarını okumak, grup ödev hazırlığı
12	İçerik yoluyla iletişim	Ders notlarını okumak, grup ödev hazırlığı
13	İçerikte beklentileri yönetmek. Kullanıcı odaklı içerik	Ders notlarını okumak, grup ödev hazırlığı
14	İçerik yönetiminde haklar ve etik	Ders notlarını okumak, grup ödev hazırlığı

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Asa Briggs and Peter Burke, A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet, Cambridge; Polity Press, 2009.

DİĞER KAYNAKLAR

Ders videoları, notları ve ilgili web sayfaları

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	10
Proje	1	20
Ödev	2	10
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	20
Final Sınavı	1	40
Total:	19	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Proje	1	30	30
Ödev	2	10	20
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	25	25
Final Sınavı	1	33	33
Toplam İş Yüğü (saat):			150

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9
OC1			2						
OC2			2						
OC3			2	2					
OC4				2	2				
OC5				2	2				
OC6				2					
OC7						2			

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek