

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Dijital Tüketici Deneyimi	ADV 309	Güz	01+04+00	Seçmeli	3	6
Akademik Birim:	İletişim Fakültesi					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	None					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Asker KARTARI					
Dersin Amacı:	<p>Bu dersi alan öğrencilerin:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ekonomideki dijital dönüşümü gözlemlemeleri• Dijital dönüşümün geleneksel reklam ve pazarlamayı nasıl değiştirdiğini anlamaları• Dijital ve Figital mecralarda tüketicilerle nasıl iletişim kurulacağını anlamaları• Yenilikçi dijital ürünler için tasarım, teknoloji ve iş hedeflerinin nasıl dengelenmesi gerektiğini anlamaları,• Tüketici ve Kullanıcı deneyimin temellerini anlamaları,• Temel kalitatif veri toplama ve analiz etme yetileri edinmeleri ya da geliştirmeleri,• Temel görsel iletişim yeteneklerini geliştirmeleri beklenmektedir.					
Dersin İçeriği:	<p>Bu ders, dijital tüketici deneyimi ile birlikte reklam ve pazarlama sektörlerinde gerçekleşmekte olan dijital dönüşüme dair giriş seviyesinde bir bakış sunar. Dijital tüketicilerin davranış ve motivasyon örüntülerinden yola çıkarak yenilikçi dijital ürün, servis ve deneyimler oluşturabilmek için gerekli olan temel bilgiler, Dijital Strateji, Dijital Tüketici Araştırmaları, Dijital Ürün Tasarımı ve Metin yazarılığı başlıkları üzerinden indeler.</p>					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none">• 1- Etkili bir şekilde dijital dönüşümün günümüz dünyasına etkilerini gözlemleyebilmek• 2- Tüketici deneyimini ve nasıl ölçülebileceğini anlamak• 3- İş hedeflerini basit dijital ürünler ya da servislere dönüştürmek• 4- Dijital stratejiler geliştirmek• 5- Basit kullanıcı araştırmaları yapmak ve çıktılarını yorumlamak• 6- Dijital ürünler için yaratıcı metin yazabilmek ve servisler tasarlayabilmek					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	<p>Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Dijital Tüketici Deneyimi 2. Dijital Strateji 3. Dijital Ürünler ve Servisler Öğrenciler modüllerin toplamında 2 ödev ve 1 proje yapacaklardır. Projelerin yazılı ve sözlü sunuşları P üzerinden değerlendirilecektir. Ödevler 'ar iken geri kalan 0 final sınavına ayrılmıştır.</p>					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)	
2	CX & UX	Okuma ödevi,
3	Tüketici Temas Noktaları	Okuma ödevi,
4	Deneyim nasıl ölçülür?	Okuma ödevi
5	Dijital Dönüşüm	Ödev #1: Dijital Dönüşüm Haritası Oluşturmak
6	Dijital Stratejinin Temelleri	Okuma ödevi
7	Dijital Strateji Vaka Analizleri	Okuma ödevi
8	Tasarım Odaklı Düşünme Metodolojisi	Okuma ödevi
9	UX / CX Araştırmaları	Ödev #2: Dijital Tüketici Deneyimi Araştırması Tasarımı
10	Dijital Ürünler ve Servisler	Okuma ödevi

11	Dijital Ürün Tasarımın Temelleri	Okuma ödevi
12	Dijital Markalama ve İletişim	Okuma ödevi
13	UX /CX Metin yazarlığı	Dönem Projesi: Tüketici Deneyimi Tasarımı Projesi
14	Değerlendirme Haftası	

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Gerekli/önerilen tüm okumalar dijital (KHASLearn ve / veya KHAS Bilgi Merkezi'nde mevcuttur) olarak sağlanacaktır.

DİĞER KAYNAKLAR

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	12	-
Proje	1	30
Ödev	2	20
Sunum/Jüri	1	20
Proje Raporları	1	30
Total:	17	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Proje	1	30	30
Ödev	2	9	18
Sunum/Jüriye Hazırlık	1	30	30
Proje Raporlarının Sunumu	1	30	30
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	PY10	PY11	PY12	PY13
OC1													
OC2													
OC3													
OC4													
OC5													
OC6													

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek