

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı                          | Kodu  | Yarıyıl | T+U+L<br>(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"><li>• Ekonomideki dijital dönüşümü gözlemlemeleri</li><li>• Dijital dönüşümün geleneksel reklam ve pazarlamayı nasıl değiştirdiğini anlamaları</li><li>• Dijital ve Figital mecralarda tüketicilerle nasıl iletişim kurulacağını anlamaları</li><li>• Yenilikçi dijital ürünler için tasarım, teknoloji ve iş hedeflerinin nasıl dengelenmesi gerektiğini anlamaları,</li><li>• Tüketici ve Kullanıcı deneyimin temellerini anlamaları,</li><li>• Temel kalitatif veri toplama ve analiz etme yetileri edinmeleri ya da geliştirmeleri,</li><li>• Temel görsel iletişim yeteneklerini geliştirmeleri beklenmektedir.</li></ul> |         |                       |              |             |      |
| 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"><li>• <b>1-</b> Etkili bir şekilde dijital dönüşümün günümüz dünyasına etkilerini gözlemleyebilmek</li><li>• <b>2-</b> Tüketici deneyimini ve nasıl ölçülebileceğini anlamak</li><li>• <b>3-</b> İş hedeflerini basit dijital ürünler ya da servislere dönüştürmek</li><li>• <b>4-</b> Dijital stratejiler geliştirmek</li><li>• <b>5-</b> Basit kullanıcı araştırmaları yapmak ve çıktılarını yorumlamak</li><li>• <b>6-</b> Dijital ürünler için yaratıcı metin yazabilmek ve servisler tasarlayabilmek</li></ul>   |         |                       |              |             |      |
| 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             |
| <b>Total:</b>           | <b>17</b> | <b>100</b>     |

## 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                    |
| <b>Toplam İş Yüğü (saat):</b> |        |               | <b>150</b>            |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

| #   | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 | PY9 | PY10 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| OC1 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| OC2 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| OC3 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| OC4 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| OC5 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| OC6 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek