

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|--|-----------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Yeni Medyada İş Geliştirme | NMD 312 | Güz-Bahar | 01+04+00 | Seçmeli | 3 | 6 |
| Akademik Birim: | İletişim Fakültesi | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | -- | | | | | |
| Dersin Amacı: | Bu dersi alan öğrencilerin: • Çağdaş ve gelişmekte olan yeni medya iş modellerini analiz etmeleri ve yeni medya ekosisteminin işleyişindeki ekonomik teşvikleri analiz edebilmeleri beklenmektedir. | | | | | |
| Dersin İçeriği: | Bu ders, ekonomi, işletme, girişimcilik gibi kavramların yeni medya ekosistemi için önemini vurgulamayı amaçlamaktadır. Öğrenciler yeni medya ortamında değişen iş modelleri ve dijital fırsatlar hakkında temel bilgilere sahip olacaklardır. Uygulamalı pazarlama becerileri geliştirecekler ve işletmelerini büyütmek için kapsamlı içgörüler kazanacaklardır | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">• 1- Yeni medya iş fikirlerini eyleme geçirebilmek.• 2- Sürekli gelişen yeni medya ortamına duyarlı yeni medya iş modelleri geliştirebilmek.• 3- Mobil işletmelerin ve reklamcılığın geleceğini değerlendirebilmek.• 4- Farklı çevrimiçi topluluklara ve tüketici medyasına ulaşabilmek• 5- Yeni medya iş projelerine etkileşim katabilmek. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Yeni Medya İşletme Modelleri 2. Değişen İş Modelleri ve Reklamcılığın Rolü 3. Dijital Girişiminizi Büyütün Değerlendirme üç modülden oluşmaktadır. İlk modülün değerlendirmesi bireysel bir "deneyim yazısı" şeklindedir (%). İkinci modülün değerlendirmesi, bir grup sunum ödevinden (iki öğrenci) oluşur (%). Üçüncü modülde, öğrencilerden çeşitli yeni medya araçlarını kullanarak bir işletmeyi büyütebilecek entegre bir pazarlama planı oluşturmaları beklenmektedir (P). | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|---|---|
| 1 | Oryantasyon Haftası (hazırlık ve ders planı) | |
| 2 | Modül (I): Yeni Medya İşletme Modelleri:Geleneksel yayıncılık ve ötesi | Bireysel araştırma, sınıf içi tartışma, deneyim yazısı için brief alma |
| 3 | Modül (I): Yeni Medya İşletme Modelleri: Doğrudan tüketiciye iş modelleri | Bireysel araştırma, atanan ders materyalini gözden geçirme, sınıf içi tartışma, deneyim yazısı için outline |
| 4 | Modül (I): Yeni Medya İşletme Modelleri: Şirketler arası pazarlama iş modelleri | Sınıf içi tartışma için ilgili örnekler getirme, deneyim yazısının geliştirilmesi |
| 5 | Modül (I): Yeni Medya İşletme Modelleri: Yeni medya işletmesi için iş fikri nasıl geliştirilir? | Bireysel araştırma, deneyim yazısı hakkında mentörlere danışma |
| 6 | Modül (II): Değişen İş Modelleri ve Reklamcılığın Rolü: Satış alanındaki dönüşümler ve reklamcılığın rolü | Bireysel araştırma, grup projesi için fizibilite çalışması ve eşleşme |
| 7 | Modül (II): Değişen İş Modelleri ve Reklamcılığın Rolü: İşletmenizi test edin | Forum tartışmaları, grupların beyin fırtınası için bir araya gelmesi |
| 8 | Modül (II): Değişen İş Modelleri ve Reklamcılığın Rolü: Dijital reklam kullanıcı merkezli yaklaşım | Sınıfta içi tartışma, grup projeleri hakkında tartışmak ve feedback almak için mentörlere bir araya |

| | | |
|----|---|---|
| 9 | Modül (II): Değişen İş Modelleri ve Reklamcılığın Rolü: Medya metrikleri ile çalışmak | Sınıf içi tartışma, diğer gruplar ile akran değerlendirmesi, mentorler ile proje hakkında final değerlendirmesi |
| 10 | Grup Sunumları | |
| 11 | Modül (III): Dijital Girişiminizi Büyütün: İşletmeniz için yeni medya araçlarından nasıl yararlanabilirsiniz? | Bireysel çalışma, proje taslakları geliştirmek için beyin fırtınası, mentorlere bireysel proje fikirlerinin danışılması |
| 12 | Modül (III): Dijital Girişiminizi Büyütün: İçeriğinin erişimini nasıl arttırırsınız? | Forum tartışmaları, bireysel proje taslaklarının montörler ile birlikte finalize edilmesi |
| 13 | Modül (III): Dijital Girişiminizi Büyütün: Hedef kitlenizi nasıl angaje edersiniz? | Bireysel projelerin akran ve mentorlere sunulması |
| 14 | Tekrar ve Değerlendirme | |

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 | 50 |
| Ödev | 1 | 25 |
| Sunum/Jüri | 1 | 25 |
| Total: | 15 | 100 |

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|-------------------------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |
| Proje | 1 | 50 | 50 |
| Ödev | 1 | 29 | 29 |
| Sunum/Jüriye Hazırlık | 1 | 29 | 29 |
| 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 | | | | | | | | | |
| OC2 | | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | | |
| OC4 | | | | | | | | | |
| OC5 | | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek