DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
İnteraktif Reklamcılık	ADV 311	Güz	03+00+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: • İnteraktif reklamcılığın dinamiklerini ve müşteri üzerindeki etkilerini anlamaları, • Deneyime dayalı iletişim kurmada yeni medya kullanımını incelemeleri, • İnteraktif kiosk, gerilla vd. gibi çevrimiçi reklamcılığın stratejik ve iletişim boyutlarının analizini yapmaları, • Hem çevrim içi hem çevrim dışında iknaya dayalı interaktif pazarlama araçlarının geliştirilmesinde gerekli olan sosyal medya yönetimi araçları, kullanıcı deneyimi, içerik kuşağı gibi başlıca prensiplere dair bakış geliştirmeleri beklenmektedir.
Dersin İçeriği:	Bu ders pazarlamacılar için iletişim ve pazarlamanın “İnsan Çağı” nda interaktif reklamcılığın ne denli elzem olduğuna odaklanır. Bu ders en iyi örnekleri analiz ederek kavramlara, yapılara ve etkileşim ile katılım için kullanılan en popüler medyaya aşinalık kazandırmayı hedefler. Bu ders, dijital kampanyalar, dijital reklamcılık türleri, Youtube/Facebook/ InstaStories/Twitter gibi platformların etkili kullanımı, mobil uygulamalar, sosyal medya yönetimi, oyunlaştırma, sanal gerçeklik vb.kavramlara öncelikle yoğunlaşsa da , aynı zamanda alışverişçi pazarlama, ev dışı ve gerilla pazarlama gibi çevrim dışı interaktif reklamcılığı da ele almaktadır.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** İnteraktif reklamcılığın günümüz iletişim dinamiklerinde oynadığı önemli rolü anlamak. • **2-** İnteraktif reklamcılığın hem çevrim içi hem çevrim dışında konvansiyonel reklamcılıktan nasıl ayrıldığına dair bir anlayış geliştirmek • **3-** Üç boyutlu teknolojiiler gibi interaktif reklamcılığın temel araçlarını öğrenmek ve İnterkatif bir kampanya yürütmeyi öğrenmek • **4-** İnteraktif reklamcılığı şekillendiren yaratıcı, tasarımsal ve toplumsal yönleri incelemek ve tartışmak
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 4 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. İnteraktif Reklamcılığın Alanları 2. İnteraktif-çevrimdışı 3. İnteraktif-çevrimiçi 4. Üç Boyutlu Teknolojiler Her modül, interaktif reklamcılığı kavramaya ve katma değerinin nasıl inşa edileceğine dair genel bir anlatımla başlamaktadır. Öğrenciler o haftanın konusunu kapsayacak en iyi örnekleri araştırarak derse hazır gelmeli ve bu örnekler üzerinden tartışmalara katılım sağlamalıdır. Her modül sonunda, öğrenci güncel marka ya da bir trend ile ilgili bir proje yaratacaktır. Bu projeler ortalamanın P’sini kapsamaktadır. Ders içinde yürütülen tartışmalara katılım, derse hazırlık, katılım performansı üzerinden hesaplanacaktır. Geri kalan 0 final projesine ayrılmıştır.

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)	
2	Konvansiyonel ve interaktif reklamcılığın karşılaştırılması	Okuma ödevi/ ilgili reklamları tarama
3	Nereden başlamalı? İnsan içgörüsü	Okuma ödevi
4	Nasıl etki edilir? İnteraktif reklamcılıkta hikaye anlatımının önemi	Okuma ödevi & uygulama raporu
5	İnteraktive basılı reklamlar ve görüntüler	Okuma ödevi/ en iyi örnekleri tarama
6	Gerilla Pazarlama	En iyi örnekleri tarama

7	Diğer interaktif Ev-dışı Araçlar	Proje raporlarının teslim edilmesi
8	Sosyal medyada interaktif marka yönetimi: Twitter, Instagram, Facebook	Okuma ödevi/sosyal medya yönetiminde başarılı markaları tarama
9	Sosyal medyada interaktif marka yönetimi: Youtube İçerik stratejisi	Okuma ödevi & uygulama raporu/ Youtube içerik yönetiminde başarılı markaları tarama
10	Mobil Reklamcılık / /Doğal reklamcılık	Proje raporlarının teslim edilmesi
11	360 derece ve sanal Gerçeklik teknolojileri	Okuma ödevi/ en iyi örnekleri tarama
12	Artırılmış gerçeklik (AR), Karma Gerçeklik (MR) ve AL teknolojileri	Okuma ödevi/ en iyi örnekleri tarama
13	Üç boyutlu teknolojilerin diğer sektörlerde yükselişi	Proje raporlarının teslim edilmesi
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 / rezerv ders okumalari paketi şeklinde sağlanacaktır (KHASLearn ve / veya KHAS Bilgi Merkezi'nde mevcuttur)

DİĞER KAYNAKLAR

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

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

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	**Sayısı**	**Süresi (saat)**	**Toplam İş Yükü (saat)**
Ders Saati	14	3	42
Uygulama	2	9	18
Proje	1	30	30

Sunum/Jüriye Hazırlık	1	30	30
Proje Raporlarının Sunumu	1	30	30
Toplam İş Yükü (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
OC1		3								
OC2									3	
OC3			2							
OC4						4				

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek