Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**OGP222 - Oyun Pazarlaması ve Dağıtım**
Ders Türü	IV.Yarıyıl
Teori + Uygulama	2+1
AKTS	**3.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Mesleki Seçmeli Dersler
Öğretim Elemanları	ÖĞR. GÖR. GÜVENÇ USANMAZ

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders yüz yüze öğretim şeklinde yürütülmektedir. Teorik anlatım, vaka incelemeleri ve laboratuvar uygulamaları birlikte yürütülür. Anılan platform ve araçlar (Steam, mobil mağazalar, analitik araçları) örnektir; öğretim elemanı eşdeğerlerini tercih edebilir.
Önkoşullar	Bu dersin önkoşul ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersi almadan önce OGP108 2B Oyun Geliştirme Stüdyosu dersini almış olmanız önerilir. OGP204 Bitirme Projesi veya XXX7966 Oyun Girişimciliği ve İş Planı ile eş zamanlı alınması, pazarlama planının gerçek bir oyun projesine bağlanması açısından faydalı olabilir.
Önerilen Kaynaklar	Valve. Steamworks Dokümantasyonu: https://partner.steamgames.com/doc/homeApple. App Store Connect Yardım: https://developer.apple.com/help/app-store-connect/Google Play Console Yardım: https://support.google.com/googleplay/android-developer/
Staj & Uygulama	Staj veya uygulama gerektirmez.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Oyun pazarlamasına giriş; bağımsız ve AAA ekosistem; pazarlama yaşam döngüsü (pre-launch, launch, post-launch).	
2. hafta		Pazar araştırması; hedef kitle ve oyuncu persona oluşturma; pazar segmentasyonu.	
3. hafta		Rekabet analizi; konumlandırma (positioning); benzersiz değer önerisi (USP).	
4. hafta		Markalaşma: oyun adı seçimi, logo, görsel kimlik, key art ve stil rehberi.	
5. hafta		Steam mağaza sayfası: başlık, açıklama, etiketler, ekran görüntüleri ve tanıtım videosu.	
6. hafta		Mobil mağazalar (App Store, Google Play): sayfa optimizasyonu, ASO temelleri, yerelleştirme.	
7. hafta		Topluluk yönetimi: Discord, forum, Reddit; wishlist ve erken erişim stratejileri.	
8. hafta		Sosyal medya stratejisi: içerik takvimi, devlog, kısa video platformları.	
9. hafta		Halkla ilişkiler: basın kiti (press kit), basın bülteni, inceleme kopyası dağıtımı.	
10. hafta		Etkileyici pazarlaması ve yayıncı/streamer iş birlikleri; etik ve şeffaflık.	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
11. hafta		Reklam stratejileri: performans pazarlaması, video ve oynanabilir (playable) reklamlar.	
12. hafta		Fiyatlandırma ve gelir: indirim kampanyaları, bölgesel fiyatlandırma, paket (bundle) stratejileri.	
13. hafta		Lansman planı: soft launch, tam lansman, lansman sonrası güncelleme ve etkinlik takvimi.	
14. hafta		Dönem sonu pazarlama planı sunumu; örnek mağaza sayfası ve tanıtım materyalleri; dönem özeti.	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Oyun pazarlama yaşam döngüsünü ve bağımsız geliştirici bağlamındaki temel kavramları açıklar.
2	Hedef kitle analizi ve oyuncu personası oluşturarak pazar segmenti belirler.
3	Rekabet analizi yaparak oyun için konumlandırma ve benzersiz değer önerisi tanımlar.
4	Oyun markası için görsel kimlik ve tanıtım materyalleri tasarım ilkelerini uygular.
5	Steam veya mobil mağaza sayfası için optimize edilmiş içerik ve etiket stratejisi hazırlar.
6	Topluluk yönetimi planı oluşturur; sosyal medya ve Discord kanalları için içerik takvimi tasarlar.
7	Basın kiti ve basın bülteni hazırlayarak halkla ilişkiler sürecini planlar.
8	Oyun lansmanı için fiyatlandırma, indirim ve reklam stratejilerini içeren bütünleşik pazarlama planı sunar.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

İçerik girilmemiştir.

Dersin Teması

İçerik girilmemiştir.

AKTS İş Yükü

Etkinlik	Süre (Saat)	Sayı	İş Yükü
Teorik Derse Katılım	0	0	0
Sınıf Dışı Çalışma (Ön Hazırlık & Pekiştirme Amaçlı)	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Proje - Rapor - Sunum Hazırlama	0	0	0
Ara Sınav Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Final Sınavı Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Uygulama (Laboratuvar, Müzik/Enstrüman Uygulaması, Atölye/Saha Çalışması vb.)	0	0	0
Staj Uygulaması	0	0	0
		Hesaplanan AKTS	**0**

Ölçme ve Değerlendirme

İçerik girilmemiştir.