Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**RHİ536 - Dijital İçerik Pazarlaması Yöntemleri**
Ders Türü	II.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**6.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Seçmeli Dersler
Öğretim Elemanları	DOÇ. DR. EMRAH GÜLMEZ

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir.
Önkoşullar	Bu dersin önkoşul ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersi alacak öğrencilerin herhangi bir dersini önceden almış olmasına gerek yoktur.
Önerilen Kaynaklar	Zorunlu kaynak bulunmamakta olup şu kaynaklar önerilmektedir:- Krowinska, A., Backhaus, C., Becker, B., & Bosser, F. (2023). Digital Content Marketing: Creating Value in Practice. Taylor & Francis.- Sponder, M., Khan, G. F., & Feroz, A. K. (2018). Digital analytics for marketing. New York: Routledge.- Gülmez, E. (2021). Dijital İçerik Pazarlaması. Anadolu Üniversitesi Yayınları
Staj & Uygulama	There is no internship or any other practice that students need to do regarding the course.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		İçerik Kavramı	
2. hafta		Dijital İçerik Pazarlaması	
3. hafta		Dijital İçerik Pazarlaması Araçları	
4. hafta		Digital İçerik Pazarlaması Açısından Sosyal Medya	
5. hafta		Sosyal Medya Platformları	
6. hafta		Dijital İçerik Pazarlaması Açısından Video	
7. hafta		Dijital İçerik Pazarlaması Açısından Video Platformları	
8. hafta		Dijital İçerik Pazarlaması Açısından Podcast	
9. hafta		Dijital İçerik Pazarlaması Açısından Web Sitesi ve Bloglar	
10. hafta		Dijital İçerik Pazarlaması Açısından Influencer Pazarlama	
11. hafta		Transmedya Pazarlama	
12. hafta		Dijital İçerik Pazarlaması Analiz ve Ölçüm Araçları	
13. hafta		Uygulama: Dijital İçerik Pazarlaması Analizi	
14. hafta		Uygulama: Dijital İçerik Pazarlaması Analizi II	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Dijital içerik pazarlaması konusunda bilgi sahibi olur.
2	Dijital içerik pazarlaması araçları ile ilgili temel bilgileri kazanmış olur.
3	Sosyal medya platformları ve tüketicilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile ilgili bilgi sahibi olur.
4	Dijital içerik pazarlaması analiz ve ölçüm araçları ile ilgili bilgi sahibi olur.
5	Dijital içerik pazarlaması analiz ve ölçüm araçlarını akademik çalışmalarda nasıl kullanabileceği ile ilgili bilgi sahibi olur.

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.