Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**İLT567 - Dijital Marka İletişimi ve İtibar Yönetimi**
Ders Türü	I.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**6.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Seçmeli Dersler
Öğretim Elemanları	DOÇ. DR. ÇAĞLAR GENÇ

Dersin Veriliş Biçimi	Yüzyüze anlatım ve öğrenci sunumları
Dersin Verildiği Yer	Okulda
Kullanılan Eğitim Platformları	Yüz Yüze
Önkoşullar	Yok
Önerilen Dersler	Yok
Önerilen Kaynaklar	Yok
Staj & Uygulama	Yok
Dersin Amacı	Dijital marka iletişimi ve kurumsal itibar yönetiminin kuramsal temelleri bağlamında platforma özgü stratejileri ve itibar yönetimi ilkelerini bütünleştiren tutarlı bir dijital marka iletişimi planı tasarlamak.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Marka İletişimi: Gelenekselden Dijitale Kavramsal Çerçeve	
2. hafta		Kurumsal İtibar: Tanımlar, Modeller ve Ölçüm Yaklaşımları	
3. hafta		Dijital Kimlik ve Marka Kişiliği: Kuramsal Perspektifler	
4. hafta		Paydaş Kuramı ve Dijital Ortamda Paydaş İletişimi	
5. hafta		Sosyal Medya ve Marka: Platform Özgü Stratejiler	
6. hafta		Native Reklamcılık ve İçerik Pazarlaması: Sınırlar ve Etik	
7. hafta		Reklamdan Kaçınma: Dijital Çağda Tüketici Direnci	
8. hafta		Çevrimiçi İtibar Yönetimi: Araçlar, Teknikler ve Vaka Analizleri	
9. hafta		Influencer İletişimi ve Marka Ortaklıkları	
10. hafta		Kullanıcı Üretimi İçerik (UGC) ve Marka Kontrolünün Sınırları	
11. hafta		Algoritmalar ve Marka Görünürlüğü: Organik'ten Ücretliye	
12. hafta		Yapay Zekâ ve Marka İletişiminin Geleceği	
13. hafta		İtibar Krizi ve Dijital Ortamda Kriz Sonrası Yeniden İnşa	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
14. hafta		Genel Değerlendirme ve Öğrenci Sunumları	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Dijital marka iletişimi ve kurumsal itibar yönetiminin kuramsal temellerini açıklayabilecektir.
2	Native reklamcılık, influencer ortaklıkları ve kullanıcı üretimi içerik gibi dijital marka iletişimi pratiklerini analiz edebilecektir.
3	Çevrimiçi itibar yönetimi stratejilerini ve kriz sonrası yeniden inşa süreçlerini değerlendirebilecektir.
4	Öğrenciler güncel kuramsal ve pratik bilgiye dayalı özgün bir dijital marka iletişimi stratejisi geliştirebilecektir

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.

Değerlendirme Yöntemi ve Geçme Kriterleri	Sayısı	Yüzde (%)
1.Ara Sınav	1	40
Dönem Sonu Sınavı	1	60
	Toplam (%)	**100**