

## **DERS: DİJİTAL İLETİŞİM STRATEJİLERİ I / İLEF**

BİLGİ NOTU / Yayınlanma Tarihi: 23.12.2019

### **FİNAL ÖDEVİ: Markaların ve/veya kurumsalın dijital dönüşümü**

Dijital dönüşüm hikayeleri için yürüttükleri dijital platformlarda yayınlanan tanıtım/Reklam/PR kampanyalarının kapsamlı olarak incelenmesi.

- İncelenen markanın yeterli dijital kampanya deneyimi yoksa; seçtiğiniz marka veya dijital iletişim kampanyanızı tekrar gözden geçirin.

---

**Değerlendirme:** Ödev FİNAL yerine değerlendirilecek olup, final sonuçları ile aynı tarihte açıklanacaktır.

**Ödev teslim tarihi:** 10 Ocak 2019 - Cuma 17:00'ye kadar

*Ödevler imza ile mesai saatinde öğrenci işlerine teslim edilecektir.*

*Öğrenci işlerine imza ile teslim edilmeyen ödevler değerlendirilmeye alınmayacaktır.*

**Ödev teslim şekli:** Ödevlerin çıktıları arkalı-önlü olarak alınacak ve öğrenci işlerine teslim edilecektir. Ayrıca **e-posta ile binnur.ucakhan@gmail.com adresine gönderilecektir.** Gönderimler wetransfer ile yapılacaktır.

**Ödev formatı:** Power Point/Prezi/Keynote formatında hem çıktı olarak; hem de dijital ortamda teslim edilecektir. (Öğrenci İşlerine teslim edilecektir.)

**Gönderilecek e-postalarda, dosya isimlerinde ve çıktıların kapağında konu kısmına:**

**ÖĞRENCİ İSMİ / PROJE İSMİ MUTLAKA OLACAKTIR.**

**Öğrenci İsim soyad/bölüm/öğrenci no/incelenen kampanya/marka adı/tarih/ders adı** belirtilecektir.

---

## **Kampanya seçimine ilişkin:**

Dijital kampanya; **Dijital platformda/internette yayınlanmış**; reklam kampanyası ve/veya halkla ilişkiler olabilir.

**Sektör:** (Aşağıdaki sektör veya markalardan birini seçebilirsiniz.)  
Otomotiv, Teknoloji, Finans, E- ticaret, Eğitim, Sağlık, İnşaat/konut/yapı malzemeleri, Eğlence, Enerji, Siyasi iletişim, Sivil Toplum kuruluşları veya kamu kurum ve kuruluşların

*dijital dönüşüm hikayelerinin incelenmesi ve şimdiye kadar yürüttükleri dijital reklam, halkla ilişkiler ve sosyal projelerinin incelenmesi ve/veya markaların yürüttükleri Dijital reklam/PR/sosyal kampanyaların incelenmesi*

**İnceleyebileceğiniz Markalar:** (sadece örnek olarak verilmiştir.)

- UBER
- NETFLIX
- SPOTIFY
- GOOGLE
- FACEBOOK
- INSTAGRAM
- LINKEDIN
- WHATSAPP
- BITCOIN
- APPLE
- TESLA
- OYUN FİRMALARI, OYUN ENDÜSTRİSİ
- YEMEK SEPETİ
- HUAWEI, SAMSUNG vb.(IT / TEKNOLOJİ MARKALARI)
- AMAZON, EBAY, LETGO, SAHİBİNDEN (E-TİCARET SİTELERİ)
- THY/PEGASUS v.b.
- GARANTİ, İŞ BANKASI, vb. (FİNANS SEKTÖRÜ)
- LOREAL
- STARBUCKS
- GREENPEACE, UNESCO/BM/EU PROJELERİ, VB STK'LAR

---

**İNCELEME KRİTERLERİ:** (Finalde ; kapsamlı olarak kampanyalarda kullanılan tüm dijital iletişim araçları eksiksiz incelenecektir.)

(Dijitalde 360 derece kampanya incelemesi esas alınacaktır.)

- Firma / Marka/Ürün/Hizmet - (Dijital ajansları ve varsa kampanyanın aldığı ödüller)
- Hedef kitle analizi (Profili tanımla)
- Rakip analizi
- Kampanya adı (veya yürüttüğü birden fazla kampanya)
- Kampanya dönemi
- Kurumsal web sitesi
- Kampanya mikro sitesi
- Sosyal medya incelemesi (monitoring, sosyal medya analizi)
- Viral pazarlama uygulamaları (video, görsel paylaşımları)
- Diğer mobil pazarlama uygulamaları (aplikasyonlar, affiliate marketing, vb)
- E-posta pazarlaması uygulamaları
- Arama motoru pazarlaması (SEM/SEO)
- VR ( Sanal gerçeklik) – AR (Artırılmış gerçeklik) uygulamaları
- Oyunlaştırma /Advergaming yaklaşımları
- Dijital medyada (display reklam- görüntülü-banner reklam) kampanyanın uygulamaları
- Reklam alanlarının kullanımı ve örnekleri
- Diğer geleneksel mecralarla nasıl entegre olmuş? (TV, Radyo, gazete, dergi, açık hava kullanımları)
- **Dijitalde yaptıkları diğer yaratıcı çalışmalar**
- Dijital dönüşüm değerlendirme raporu (**En az 500 kelime ile** kampanya hakkında görüş ve önerileriniz beklenmektedir.)
- Sunumların son sayfasında kaynakça mutlaka belirtilecektir.

**DEĞERLENDİRMEDE;** marka/firma seçimi, konunun kapsamlı inceleme ve dökümanite edilmesi, ara yorumlarla sunum hazırlanması /içerik yönetimi ve sunumun görsel etkisi de önem taşıyacaktır.