

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

ÖDEV YÖNERGESİ / Yayınlanma Tarihi: 13.01.2020

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

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

**Finaldeki ödev; bütünleme için kabul edilmeyecektir.**

**Yeni bir kampanya incelemesi yapılacaktır.**

---

**Değerlendirme:** Ödev BÜTÜNLEME yerine değerlendirilecek olup, bütünleme sonuçları ile aynı tarihte açıklanacaktır.

***Ödev teslim tarihi: 23 Ocak 2020 - Perşembe 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 alınacaktır. Ve e-posta ile [binnur.ucakhan@gmail.com](mailto: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-postaların 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, halkla ilişkiler ve/veya sosyal sorumluluk projesi olabilir.

**Sektör:** (Aşağıdaki sektörlerden birini seçebilirsiniz.)

Otomotiv, Teknoloji, Finans, E-ticaret, Eğitim, Sağlık, İnşaat/konut/yapı malzemeleri, Eğlence, Enerji

*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*

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

(360 derece dijital kampanya incelemesi esas alınacaktır.)

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

### **Not değerlendirme:**

Ödevlerin inceleme ve dökümanite edilmesi, özgün olması, ara yorumlarla sunum hazırlanması / içerik yönetimi ve sunumun görsel etkisi de ödev değerlendirmesinde önem taşıyacaktır.