

## **Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi/İLEF**

### **Bahar dönemi FİNAL ödev dökümanı**

**DERS: DİJİTAL İLETİŞİM STRATEJİLERİ II/ DIS II-Binnur UÇAKHAN**

**Ödev yayınlama tarihi: 23/05/2018**

**FİNAL Ödev teslim tarihi: 08/06/2018- CUMA 17:00'ye kadar**

**FİNAL ÖDEV:** Dijital iletişim kampanyası inceleme (Dijital Reklam veya Dijital halkla İlişkiler, sosyal sorumluluk kampanyaları, siyasi iletişim kmpanyaları, markaların dijital dönüşüm süreçlerini dijital iletişim araçları kullanılarak araştırılması)

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

**final ödevi olarak final döneminde hazırlanacak ve sunum dosyası istenecektir.**

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

**Ödev teslim şekli:** Ödevlerin çıktıları arkalı-önlü olarak öğrenci işlerine tesdlim edilecek. Ayrıca e-mail ile [binnur.ucakhan@gmail.com](mailto:binnur.ucakhan@gmail.com) adresine gönderilecektir.

**Ödev formatı:** Power Point (.pptx) veya keynote formatında hem çıktı olarak. Sunumlarda slide sayısı limiti yoktur. Kapsamlı bir çalışma beklenmektedir.

Gönderilecek **e-postaların ve çıktıların kapağında konu kısmına:** **Öğrenci isim soyad/öğrenci no /Reklamveren-Kampanya adı/tarih/ders adı** belirtilecektir. Her sunumun sonunda mutlaka kaynakça belirtilecektir.

**Dijital iletişim kampanyası seçimine ilişkin:**

Kamu kurum ve kuruluşlarının, STK (Sivil toplum kuruluşlarının) veya özel sektörde faaliyet gösteren firmaların son **2 sene içinde** gerçekleştirdiği ' Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri veya dijital

dönüşüm hikayeleri” Dijital iletişim kampanyaları olarak incelenecektir.

Çok geniş olarak taranmasını içerecektir.

**Sektör:** Her sektörde faaliyet gösteren firmanın dijital kampanyası olabilir.

**Marka/ kampanya seçimi :** Eğitim, telekomünikasyon, perakende, inşaat, Sağlık sektörlerinden seçim yapılabilir.

Kamu sektöründen veya STK (Sivil Toplum kuruluşları) ların yürüttüğü dijital reklam/PR kampanyaları da bu kapsamda incelenebilir.

- Dijital Reklam/PR kampanyası Son 2 sene içerisinde yayınlanmış
- Reklamveren/Kurum + kampanyayı yürüten dijital reklam/PR ajansı
- Rakip analizi (dijital platformda rakipler nerede? Ne yapıyorlar? Neler yapmışlar?)

Hedef kitle analizi (Profili tanımla)

Markanın Dijital İletişim Stratejisinin belirlenmesi

Dijital İletişim planı

- Kampanya/Proje adı
- Kampanyanın/Projenin amacı
- Kampanya yayın dönemi
- Kurumsal web sitesi inceleme
- Kampanya mikro sitesi inceleme
- Sosyal medya yaklaşımları
- Arama motoru pazarlaması (Google) SEM

KAMPANYA DEĞERLENDİRME

- 
- Arama motoru optimizasyonu (SEO)
  - Viral pazarlama araçları
  - Mobil pazarlama araçları
  - E-posta pazarlama araçları
  - Online medyada (display reklam) kampanyanın kurgusu (online medyadaki reklam alanlarının kullanımı ve örnekleri)
  - Dijital oyun vb. (Advergame/oyunlaştırma)
  - Projenin Diğer geleneksel mecralarla entegrasyonu (TV, Radyo, gazete, dergi, açık hava kullanımları)
  - Dijital kampanya iletişim stratejisi ve planı (En az 250 kelime ile özet ve net olarak anlatılmalıdır. FİNAL)
  - İnternet mecrasının etkin kullanılması kadar yaratıcı yaklaşımların BELİRLENMESİ VE YORUMLANMASI proje/kampanya inceleme ödevinin değerlendirmesinde etkili olacaktır.
  - **Not:** Ödevlerin inceleme ve dökümanite edilmesi ve ara yorumlarla sunum hazırlanması /içerik yönetimi ve sunumun görsel etkisi de ödev değerlendirmesinde önem taşıyacaktır.