

Ankara Üniversitesi
Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı
Açık Ders Malzemeleri

Ders izlence Formu

Dersin Kodu ve İsmi	GZT234 Yeni Medya ve Kurumsal İletişimin Ekonomisi
Dersin Sorumlusu	Prof.Dr. Haluk Geray
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Kredisi	2
Dersin Türü	Kuramsal
Dersin İçeriği	1. Kurumsal İletişim ve Yeni Medya Ortamı 2. Halkla İlişkiler ve Reklamcılıkta Dönüşüm 3. Pazarlama İletişimi: Kitlesele Üretim ve Markalar 4. Pazarlama İletişimi: Geleneksel Medyanın Gelişi 5. Medya İçeriğinin İkili Ürün Niteliği 6. Reklama Karar Verme ve Ürünün Reklam Esnekliği 7. İzleyici Ölçümlerinin Kullanımı ve Medya Planı 8. İnternetin Gelişi ve Ağ Ekonomisinin Özellikleri 9. Pazarlama İletişiminde Dijitalleşme: Arama Motoru Reklamcılığı 10.Web Reklamcılığı 11.Geşgin (Mobil) Reklamlar 12.Sosyal Medya ve Pazarlama İletişimi: Facebook 13.Gazeteciliğın Dönüşümü ve Kurumsal İletişimin Etkileri 14.Halkla İlişkilerin Dönüşümü ve Yeni Medya
Dersin Amacı	Kurumsal İletişimin öğelerinden olan Reklamcılık ve Halkla İlişkilerin Dijital Ortamda dönüşümünün kavranmasını sağlamak.
Dersin Süresi	14 Hafta
Eğitim Dili	Türkçe
Ön Koşul	Yok
Önerilen Kaynaklar	Medyanın Yeni Ekonomiinde Kurumsal İletişim: Gazeteler, Televizyonlar, Reklamcılık ve Halkla İlişkilerde Dijital Dönüşüm, Ütopya Yayınları, 2019.
Dersin Kredisi (AKTS)	3
Laboratuvar	Yok
Diğer-1	