

DERS MÜFREDATI

Dersin Adı	Dersin Kodu	Dönem	Ders Saati / Hafta		Kredi	ECTS
Sosyal Medya İçerik Yönetimi	YMED 206	4	Teori 3	Pratik 0	3	5
Dersi Tipi	Zorunlu Ders	Bölüm Seçmeli	Fakülte Seçmeli	Üniversite Seçmeli	CoHE (YÖK) Zorunlu	Diğer
	-	EVET	-	-	-	-
Dersin Seviyesi	Önlisans Derecesi		Lisans Derecesi		Yüksek Lisans / Doktora	
	-		EVET		-	

Dersin Öğretim Dili	Türkçe
---------------------	--------

Dersin Eğitmeni	Dr. Yunus Luckinger	E-mail : yunus.luckinger@arucad.edu.tr
Dersin Amacı	Bu kurs, hemen hemen her endüstride dünya çapında işlerin nasıl yapıldığını anlamanıza yardımcı olmak için tasarlanmıştır ve sosyal medyanın yükselişi ve tüketiciler ve markalar arasında önemli ölçüde artan bilgi yayma hızı gibi çeşitli temel bağlamsal faktörlerdeki değişiklikler nedeniyle değişmiştir (ve değişmemiştir). Temel amaç, dijital ortamda gerçekte neler olup bittiğine dair net bir bakış açısı elde etmektir, böylece tüketicilere, yöneticilere ve diğer kurumsal paydaşlara gerçek değerini takdir etmeye başlayabilirsiniz. İş hedeflerine ulaşmak için sosyal medyada ve tüketiciden tüketiciye sosyal etkileşimlerde bulunan fırsatlardan yararlanan pazarlama stratejileri geliştirmek için gerekli olan ilgili bilgi, bakış açıları ve pratik becerileri size sağlayacaktır.	

Dersin Öğrenme Çıktıları	- Sosyal medyanın ne olduğunu ve bu yeni medya ve iletişim teknolojisinin iş ve pazarlamanın nasıl yapıldığını nasıl etkilediğini anlar “Bağlı tüketiciler” in temel ilkelerini psikolojik ve sosyolojik bakış açılarından ve sosyal medya pazarlama stratejileri geliştirirken bu ilkelerin nasıl kullanılabileceğini anlar - İş / pazarlama iletişimi için şu anda mevcut olan baskın sosyal medya araçlarını kullanma becerilerini geliştirir - Çeşitli iş alanlarında ve süreçlerde (örneğin, yeni ürün geliştirme ve hizmet yönetimi) sosyal medya için yenilikçi kullanımları keşfeder) - İzleyicilerin ilgisini çekmek ve sosyal etkiyi, etkiyi ve değeri artırmak için ilgili markalı içeriği yayınlamak ve yaymak için çeşitli sosyal medya kanallarının nasıl kullanılacağını anlar - Kendi sosyal markası için stratejik bir sosyal medya planı geliştirir ve uygular - Sosyal medya becerileri gerektiren iş yönetimi, müşteri hizmetleri için güvenle başvurmak için yeterli sınıf deneyimi kazanır.
Dersin İçeriği	İçerik dersler, slaytlar ve ekstra okumalar yoluyla teslim edilecektir. Simülasyonlar, sınavlar, final ve diğer haftalık etkinlikler kursa katılmanıza yardımcı olacaktır. Bu ders sonuçlara dayanmaktadır ve öncelikle sınıfta paylaşılan teori ve bilgiyi uygulanabilir çözümlere aktarma yeteneğiniz üzerinde değerlendirileceksiniz. Tüm haftalık etkinliklere zamanında ayak uydurmanız çok önemlidir.

DERS İÇERİĞİ / PROGRAMI			
Hafta	Başlık	Uygulanış (Teori/Pratik)	Gerekli Okuma / Ön Hazırlık
1	Müfredat incelemesi: ders gereksinimleri, ödev ve değerlendirme politikaları ve okuma listesi	T	-
2	Sosyal medya mantığı	T	Stephen, A. & Bart, Y. (2017). "Sosyal medya pazarlaması: ilkeler ve stratejiler".
3	Sosyal medya Stratejisi ve Planlaması	T	Stephen, A. & Bart, Y. (2017). "Sosyal medya pazarlaması: ilkeler ve stratejiler".
4	Sosyal Medya madenciliği	T	Matthew A. Russell'ın Facebook, Twitter, LinkedIn ve diğer sosyal medya sitelerinden Veri Analizi

5	Sosyal Medya madenciliği II	T	Matthew A. Russell'ın Facebook, Twitter, LinkedIn ve diğer sosyal medya sitelerinden Veri Analizi
6	Sosyal medya ve içerik stratejisinde etkileşim	T	Buyer, L. (2016). Sosyal PR sırları: markanızı nasıl Optimize edeceğiniz, Sosyalleştireceğiniz ve tanıtacağınız. 3rd edition.
7	Haber yazma ve SEO.	T	Buyer, L. (2016). Sosyal PR sırları: markanızı nasıl Optimize edeceğiniz, Sosyalleştireceğiniz ve tanıtacağınız. 3rd edition.
8	Vize Sınavları		
9	Derinlemesine SEO	T	Sınıfta dağıtılacak notlar
10	Reklam Tanıtımı	T	Sınıfta dağıtılacak notlar
11	YouTube ve Canlı Yayın	T	Sınıfta dağıtılacak notlar
12	Yeni oluşturulan bir şirket için bir sosyal medya Stratejisi ve planının hazırlanması.	P	Sınıf çalışması ve rehberlik
13	Tekrar	T	
14	Final Sınavları	T	

Gerekli Ders Malzemeleri /Okumalar /Kitaplar	* Stephen, A. & Bart, Y. (2017). "Sosyal medya pazarlaması: ilkeler ve stratejiler". * Buyer, L. (2016). Sosyal PR sırları: markanızı nasıl Optimize edeceğiniz, Sosyalleştireceğiniz ve tanıtacağınız. 3rd edition. * Matthew A. Russell'ın Facebook, Twitter, LinkedIn ve diğer sosyal medya sitelerinden Veri Analizi yapan sosyal web madenciliği. * Gelişmiş Sosyal Medya Pazarlama_ Tom Funk tarafından başarılı bir sosyal medya programı nasıl yönetilir, başlatılır ve yönetilir
Tavsiye Edilen Ders Malzemeleri /Okumalar /Kitaplar	* İnternet ve sosyal medya platformlarına erişim. • Defter & Kalem

DEĞERLENDİRME		
Öğrenme Etkinlikleri	Sayı	Ağırlık %
Vize Sınavı	-	-

Kısa Sınav	2	20
Ödev	2	20
Proje	2	35
Alan Araştırması	-	-
Sunum / Seminer	-	-
Stüdyo Çalışması	-	-
Diğerleri (Yoklama)	-	-
Tartışma	1	5
Final Sınavı / Final Projesi /Tezin Final Notuna Katkısı	1	40
TOPLAM		100

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARININ PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARINA KATKISI						
Sayı	Ders Öğrenme Çıktıları	Katkı seviyesi (1-en düşük/ 5-en yüksek)				
		1	2	3	4	5
1	Öğrencilerin çağdaş kültürde görsel iletişim ilkelerini anlamak için bilgili, eleştirel ve yaratıcı yaklaşımlar geliştirmelerini sağlar.					√
2	Disiplin ve önemli varsayımlar, tartışmalar ve kuramsal modellerinin farklı özellikleri hakkında bilgi sahibi olur.					√
3	Grafik ve görsel-işitsel multimedya tasarımı da dahil olmak üzere bir dizi ticari ve yaratıcı bağlamda gelişmiş pratik beceriler geliştirir.	√				
4	Görsel kültürün çeşitli küresel biçimlerinde etkisi ve önemi hakkında bir anlayış oluşturur.			√		
5	Grafik tasarım, web tasarımı ve video üretimi de dahil olmak üzere etkileşimli medya, sosyal bağlamda görsel temsilin teorik analizinin yanı sıra titiz uygulama tabanlı kurslar alma fırsatı sunar.	√				
6	Entelektüel merakı ve hem sözlü hem de yazılı olarak kanıta dayalı argüman ve tartışmanın kullanımını teşvik eder.					√
7	Öğrencileri, daha geniş dünyayla aktif ve coşkulu bir şekilde etkileşime girecek yansıtıcı, eleştirel, bağımsız düşünürler olarak geliştirmeye teşvik eder.					√
8	Görsel iletişimin farklı dönemlerini ve tarihsel gelişimini bilir.			√		

9	Profesyonel olarak çalışmayı öğrenir, yüksek uygulama standartlarını korur ve hızla değişen ortamlara uyum sağlayarak, bir takım olarak çalışma yeteneği kazanır.			√		
10	Çeşitli geçmiş toplumlarda, çağdaş ve gelecekteki tasarım trendlerinde görsel kültürleri anlar.				√	
11	Ticari bir bağlamda, çizginin altında ve üstünde görsel tasarım bilgisini geliştirir.	√				
12	Eleştirel görsel analizin terminolojisini ve metodolojisini anlar.			√		

ECTS / ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ				
AKTİVİTE	SAYI	BİRİM	SAAT	TOPLAM (İŞ YÜKÜ)
Ders Öğretim saati (x hafta * toplam ders saati)	14		3	42
Ön hazırlık ve bireysel çalışma	14		3	42
Vize Sınavı	-		-	-
Kısa Sınav	2		5	10
Ödev	2		6	12
Proje	2		5	10
Alan Araştırması	-		-	-
Sunum / Seminer	-		-	-
Stüdyo Çalışması	-		-	-
Final Sınavı / Final Projesi / Tez	1		15	10
Diğer	-		-	-
Toplam İş Yüğü				126
Toplam İş yüğü / 25				5,05
ECTS				5

DERS İLE İLGİLİ ETİK KURALLAR

Yasal İntihal Uyarısı

Tespit edilen ve tespit edilmeyen intihal, herhangi bir zamanda ciddi bir suçtur ve diploma ile gelecekteki profesyonel yaşamınız üzerinde yıkıcı bir etkiye sahip olabilir.

Kaynaklarınızı iyice tanımladığınızdan ve tanıdığınızdan emin olursanız, doğrudan kaynaklarınızdan kelime kelime olarak alınan görsel örneklerden, tasarımlardan veya notlardan kopyalamazsanız intihalden kaçınmak kolaydır.

DEĞERLENDİRME DETAYLARI VE DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ:

Final Notları, yukarıda belirtilen Ders Öğrenme etkinlikleri ve Final sınavı değerlendirme detaylarına göre belirlenir ve Üniversite tarafından belirlenen Eğitim ve Sınav Yönetmeliğine uygun olarak belirlenir.

HAZIRLAYAN	Yrd. Doç. Dr. Çağdaş Öğüç
-------------------	---------------------------

GÜNCELLEME	04.10.2020
-------------------	------------

ONAY	
-------------	--