



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Sosyal Medya İçerik Yönetimi							
Ders Kodu		GİT313		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yükü	125 (Saat)	Teori	2	Uygulama	2	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Sosyal medya kavramını, sosyal ağların özelliklerini ve farklı alanlarda kullanımlarını tartışmak, farklı sektörlerde kullanılabilecek başarılı bir sosyal medya iletişim planı hazırlayabilmek ve sosyal ağlarda gerçekleştirilen iletişim çalışmalarını raporlamasını öğrenmek.							
Özet İçeriği		İletişim stratejilerinin önemli bir parçası olarak sosyal medya kullanımlarının analiz edildiği derstir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Gösterip Yaptırma, Tartışma, Proje Tabanlı Öğrenme, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Prof. Dr. Mustafa Özgür SEÇİM						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Kahraman, M., Sosyal Medya 101 2.0, İstanbul; Mediacat Yayıncılık, 2013.
2	Stratten, S., Sosyal Medyada Yapılan Müthiş İşler/Vasat İşler, İstanbul; Mediacat Yayıncılık, 2012

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin içeriği hakkında bilgilendirme, yazılı-görsel kaynakların tanıtılması
2	Teorik	Sosyal Medyaya Giriş
3	Teorik	Web 1.0 ve Web 2.0
4	Teorik	İnternet Siteleri, Bloglar, Micro-Bloglar
5	Teorik	Sosyal Ağlar
6	Teorik	Sosyal Medya ve Pazarlama İletişimi
7	Teorik	Sosyal Medya ve İçerik Stratejileri
8	Ara Sınav (Vize)	Vize
9	Teorik	Sosyal Medya ve Gizlilik
10	Teorik	Sosyal Medyada Kriz Yönetimi
11	Teorik	Sosyal Medya ve CRM
12	Teorik	Sosyal Medya ve Reklamlar
13	Teorik	Sosyal Medya Takibi ve Raporlaması
14	Teorik	Sosyal Medya İletişim Planı
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	15	0	3	45
Atöyle Çalışması	15	1	3	60
Ara Sınav	1	9	1	10
Dönem Sonu Sınavı	1	9	1	10
Toplam İş Yükü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Web 2.0 teknolojilerinin interneti nasıl dönüştürdüğünü kavrayabilmek
---	---



2	Yeni medya teknolojileri ve sosyal medyaya ilişkin kavramları özümseyebilmek ve iletişim çalışmalarıyla ilişkilendirebilmek
3	Sosyal medya araçları hakkında detaylı bilgi sahibi olmak
4	Sosyal medya iletişim planı geliştirebilmek
5	Sosyal medya içeriği hazırlayabilmek

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanlarına yönelik hukuki düzenlemelerin, yasa ve mevzuatın bilincinde olup, buna uygun davranabilmek
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranabilmek
3	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdeleyebilmek ve kullanabilmek.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve tekniklerini geliştirip, uygulayabilmek.
6	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek.
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip edip, kullanabilmek
8	Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medya ile ilişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişimi, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplinin ve reklam disiplininin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışmasında yer alabilme, karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim becerilerini elde edebilmek
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar programları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek.
11	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu disiplinlerden yararlanabilmek
12	Bölgesel, ulusal, ve küresel konular/sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak, bunlarla ilgili kanıtlara ve araştırmalara dayalı çözüm önerileri geliştirebilmek ve bunları kamuya anlatabilme becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininin edinen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişimi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilmek.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	5	5	5	5	5
PÇ2	5	5	5	5	5
PÇ3	5	5	5	5	5
PÇ4	5	5	5	5	5
PÇ5	5	5	5	5	5
PÇ6	5	5	5	5	5
PÇ7	5	5	5	5	5
PÇ8	5	5	5	5	5
PÇ9	5	5	5	5	5
PÇ10	5	5	5	5	5
PÇ11	5	5	5	5	5
PÇ12	5	5	5	5	5
PÇ13	5	5	5	5	5

