



## AYDIN ADNAN MENDERES UNIVERSITY COURSE INFORMATION FORM

|  |  |              |             |        |                                 |          |   |            |   |
|--|--|--------------|-------------|--------|---------------------------------|----------|---|------------|---|
| Course Title                                     | Campaign Practice (social Media)   |              |             |        |                                 |          |   |            |   |
| Course Code                                      | REM417   | Course Level |             |        | First Cycle (Bachelor's Degree) |          |   |            |   |
| ECTS Credit                                      | 10   | Workload     | 246 (Hours) | Theory | 0                               | Practice | 4 | Laboratory | 0 |
| Objectives of the Course                         | Son sınıfa gelmiş öğrencilerin gerçek ve ticari faaliyetine devam eden bir yiyecek ve içecek işletmesinin kampanyalarını sosyal medyada diğer öğrencilere yönelik olarak yürütmek. |              |             |        |                                 |          |   |            |   |
| Course Content                                   | Farklı sosyal medya kitle iletişim araçlarını, öğrenci hedef kitlesine yönelik olarak kullanılması ve başarı kriterlerine uygun olarak ölçmek ve değerlendirmek.                   |              |             |        |                                 |          |   |            |   |
| Work Placement                                   | N/A  |              |             |        |                                 |          |   |            |   |
| Planned Learning Activities and Teaching Methods | Explanation (Presentation), Project Based Study  |              |             |        |                                 |          |   |            |   |
| Name of Lecturer(s)                              |  |              |             |        |                                 |          |   |            |   |

| Assessment Methods and Criteria |          |                |
|---------------------------------|----------|----------------|
| Method                          | Quantity | Percentage (%) |
| Midterm Examination             | 1        | 40             |
| Final Examination               | 1        | 60             |

| Recommended or Required Reading |   |
|---------------------------------|---|
| 1                               | Dijital Prestij-Sosyal Medya Teknoloji ve Marketing Üzerine |

| Week | Weekly Detailed Course Contents & Teaching Methods |   |
|------|--|---|
| 1    | Theoretical  | Dersin hedefleri, işleniş ve ibeklentilerinin öğrencilere anlatılması. Sınıfa yeni katılan öğrencilerin kendilerini tanıtmasına olanak sağlanması   |
| 2    | Theoretical  | Öğrencilerin anlaşma sağladıkları yiyecek ve içecek işletmeleri ile ilgili önerilerini sunmaları. Öğrencilerin söz konusu işletmeye daha önce gidip gitmediklerinin sorgulanması. Gitmiş olmaları durumunda işletmeye olan talebin nasıl geliştirileceğinin sorgulanması ve öneriler. Gidilmediğinin öğrenilmesi durumunda, talep yaratmak için nelerin yapılabileceği ve öneriler. İşletme önerilerinin onay veya red almaları ile sonuçlanan sınıf içi oylamanın yapılması. |
| 3    | Theoretical  | Öğrencilerin anlaşma sağladıkları yiyecek ve içecek işletmeleri ile ilgili önerilerini sunmaları. Öğrencilerin söz konusu işletmeye daha önce gidip gitmediklerinin sorgulanması. Gitmiş olmaları durumunda işletmeye olan talebin nasıl geliştirileceğinin sorgulanması ve öneriler. Gidilmediğinin öğrenilmesi durumunda, talep yaratmak için nelerin yapılabileceği ve öneriler. İşletme önerilerinin onay veya red almaları ile sonuçlanan sınıf içi oylamanın yapılması. |
| 4    | Theoretical  | Öğrencilerin anlaşma sağladıkları yiyecek ve içecek işletmeleri ile ilgili önerilerini sunmaları. Öğrencilerin söz konusu işletmeye daha önce gidip gitmediklerinin sorgulanması. Gitmiş olmaları durumunda işletmeye olan talebin nasıl geliştirileceğinin sorgulanması ve öneriler. Gidilmediğinin öğrenilmesi durumunda, talep yaratmak için nelerin yapılabileceği ve öneriler. İşletme önerilerinin onay veya red almaları ile sonuçlanan sınıf içi oylamanın yapılması. |
| 5    | Theoretical  | Öğrencilerin anlaşma sağladıkları yiyecek ve içecek işletmeleri ile ilgili önerilerini sunmaları. Öğrencilerin söz konusu işletmeye daha önce gidip gitmediklerinin sorgulanması. Gitmiş olmaları durumunda işletmeye olan talebin nasıl geliştirileceğinin sorgulanması ve öneriler. Gidilmediğinin öğrenilmesi durumunda, talep yaratmak için nelerin yapılabileceği ve öneriler. İşletme önerilerinin onay veya red almaları ile sonuçlanan sınıf içi oylamanın yapılması. |
| 6    | Theoretical  | Öğrencilerin anlaşma sağladıkları yiyecek ve içecek işletmeleri ile ilgili önerilerini sunmaları. Öğrencilerin söz konusu işletmeye daha önce gidip gitmediklerinin sorgulanması. Gitmiş olmaları durumunda işletmeye olan talebin nasıl geliştirileceğinin sorgulanması ve öneriler. Gidilmediğinin öğrenilmesi durumunda, talep yaratmak için nelerin yapılabileceği ve öneriler. İşletme önerilerinin onay veya red almaları ile sonuçlanan sınıf içi oylamanın yapılması. |
| 7    | Theoretical  | Kampanyaların diğer öğrencilerin kullandığı sosyal medya kitle iletişim araçlarında duyurulması. Geri bildirimlerin alınması.   |
| 8    | Theoretical  | Kampanyaların diğer öğrencilerin kullandığı sosyal medya kitle iletişim araçlarında duyurulması. Geri bildirimlerin alınması.   |
| 9    | Intermediate Exam                                  | ara sınav   |
| 10   | Theoretical  | Kampanya performansın ölçülmesi ve değerlendirilmesi  |
| 11   | Theoretical  | İşletmelerden ve öğrencilerden kampanya geri bildirimlerin alınması.  |
| 12   | Theoretical  | Genel ekonomik konjonktür içinde talebin canlandırılması için önerilerin tartışılması.  |
| 13   | Theoretical  | Raporların bireysel olarak öğrenciler tarafından sunulması.   |
| 14   | Theoretical  | Raporların bireysel olarak öğrenciler tarafından sunulması.   |
| 15   | Theoretical  | Raporların bireysel olarak öğrenciler tarafından sunulması.   |



|    |            |       |
|----|------------|-------|
| 16 | Final Exam | final |
|----|------------|-------|

**Workload Calculation**

| Activity                              | Quantity | Preparation | Duration | Total Workload |
|---------------------------------------|----------|-------------|----------|----------------|
| Lecture - Theory                      | 14       | 10          | 4        | 196            |
| Project                               | 1        | 16          | 2        | 18             |
| Midterm Examination                   | 1        | 15          | 1        | 16             |
| Final Examination                     | 1        | 15          | 1        | 16             |
| Total Workload (Hours)                |          |             |          | 246            |
| [Total Workload (Hours) / 25*] = ECTS |          |             |          | 10             |

\*25 hour workload is accepted as 1 ECTS

**Learning Outcomes**

|   |  |
|---|--|
| 1 | Bir işletmenin rakiplerine göre güçlü ve zayıf yönlerini tespit edebilir.                                  |
| 2 | Kampanya uygulayacağı hedef kitlenin ihtiyaçlarına uygun ürün ve hizmet karması geliştirebilir.            |
| 3 | Sosyal medya kitle iletişim araçlarını takip edebilir ve etkin kullanabilir.                               |
| 4 | Hedef kitleden ve işletmeden aldığı geri bildirimleri kullanarak strateji oluşturabilir ve değiştirebilir. |
| 5 | Kampanyanın performansını ölçmek için kriter belirleyerek uygulayabilir.                                   |

**Programme Outcomes (Food and Beverage Management)**

|    |  |
|----|--|
| 1  | Having scientific and professional ethic values  |
| 2  | To gain the ability of critical and analytical thinking  |
| 3  | Having the consciousness of necessity of obtaining new abilities and life-long learning  |
| 4  | To know the principle concepts related to tourism industry   |
| 5  | Having the consciousness of tourism and natural, cultural and social environment relations   |
| 6  | Having the knowledge of higher level of a foreign language to communicate and to follow the new researches and daily subjects at his/her own field |
| 7  | Being able to use another foreign language at middle leve  |
| 8  | Having the ability of doing teamwork   |
| 9  | Being competent about information technologies   |
| 10 | Having the ability of administrative knowledge buildup at his field  |
| 11 | Being competent about the human behaviours and relations of tourism industry   |
| 12 | Being able to follow the trends at his/her field   |
| 13 | Being competent about the subjects of establishment procedures of an enterprise and entrepreneurship on the food and beverage management fields    |
| 14 | Having the ability and knowledge about the subjects that are necessary at his occupation   |
| 15 | Being able to use and having knowledge about the equipments and hardware systems used at food and beverage establishments                          |
| 16 | Having the ability of problem diagnosis, and to make decision toward problems at food and beverage establishments                                  |

