

KÜLTÜR VE İLETİŞİM BİLİMLERİ BÖLÜMÜ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Ayrıntıları						
Dersin Kodu			Sınıfı		Yarıyılı	
KKW433			4		7	
Dersin Adı			T	U	L	AKTS
Sosyal Medya Yönetimi			3	-	-	5
Dersin Dili	Türkçe/Almanca					
Dersin Düzeyi	Lisans	x	Yüksek Lisans		Doktora	
Bölümü/Programı	Kültür ve İletişim Bilimleri					
Eğitim Türü	Yüz yüze					
Dersin Türü	Zorunlu		Seçmeli		x	
Dersin Amacı	Öğrenciler, gerçek dünyadaki iş örneklerinden yola çıkarak pazarlama, reklam, müşteri hizmetleri veya insan kaynakları yönetimi gibi iş fonksiyonlarının bir parçası haline gelen sosyal medya yönetimine giriş bilgilerini edinirler. Ayrıca, ders kapsamında sosyal medya stratejisi, sosyal medya ile kriz yönetimi veya bilgi yönetimi gibi anahtar başlıklar ele alınır.					
Dersin İçeriği	Ders, sosyal medya teknikleri ve platformlarının kullanımına, ayrıca şirketler bünyesinde sosyal medyadan edinilen bilgilerin değerlendirilmesine ve medyaya yönelik içeriğin hazırlanmasına odaklanmaktadır. Öğrenciler, dersin sonunda, mevcut sosyal medya platformlarının tanınmasının ötesinde, bu platformların şirketlerdeki uygulama olanakları ve uygulama alanları, sosyal medya stratejisinin uygulama adımlarını da tanıyacaklar.					
Ön Koşulları	-					
Dersin Koordinatörü	-					

Dersi Verenler	-	
Dersin Yardımcıları	-	
Dersin Staj Durumu	-	
Ders Kaynakları		
Ders Notu	Uğurlu, Saadet (2017). Yeni Medya'da Stratejik İletişim Yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları.	
Diğer Kaynaklar	Kawasaki, Guy/Fitzpatrick, Peg (2015). Sosyal Medya Sanatı. İstanbul: Mediacat Yayıncılık. Hardiman, Marco (2013). Social Media Management. Kiel: Academic and Business Publishing.	
Materyal Paylaşımı		
Dokümanlar		
Ödevler		
Sınavlar		
Dersin Yapısı		
Sosyal Bilimler		%30
Alan Bilgisi		%70
Değerlendirme Sistemi		
	Sayısı	Katkı Oranı (%)
Ara Sınav	1	40
Kısa Sınav	-	-
Ödev	-	-
Devam	-	-
Uygulama	-	-
Proje	-	-

Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60
Toplam		100

AKTS İş Yüğü Dağılımı Tablosu

	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü(Saat)
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	2	28
Ödevler	9	1	9
Sunum/Seminer Hazırlama	6	1	6
Ara Sınavlar	1	1	2
Uygulama	-	-	-
Laboratuvar	-	-	-
Proje	1	1	10
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yüğü			85
AKTS Kredisi (Toplam İş Yüğü / 28)			3

Dersin Öğrenim Çıktıları

1	Öğrenciler, sosyal medyanın temel terim ve etkilerini, pazarlama alanındaki izdüşümünü ve sonuçlarını bilir. Öğrenciler, teknik destek ve sosyal medya ajansı seçimindeki kriterleri belirleyebilecek yetkinliğe sahip olur.
2	Öğrenciler sosyal medya hedeflerini, çerçeve koşullarını, gereksinim profillerini ve organizasyonel içerik/ iletişim tekniği bağlamında gereklilikleri formüle edebilir ve modelleyebilir. Öğrenciler sosyal medya iletişim stratejileri geliştirebilir, organize edebilir ve hayata geçirebilir. Öğrenciler, teknik destek ve sosyal medya ajansı seçimindeki kriterleri belirleyebilecek yetkinliğe sahip olur.
3	

4	
5	

Ders Konuları

1	-
2	-
3	-
4	-
5	-
6	-
7	-
8	-
9	-
10	-
11	-
12	-
13	-
14	-
15	-

Dersin Program Çıktılarına katkısı (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	5	2	5	2	5		
2	5	2	5	2	5		
3	5	2	5	2	5		
4	5	2	5	2	5		

Katkı Oranı: 1: Çok Düşük 2:Düşük 3: Orta 4:Yüksek 5:Çok Yüksek

Hazırlayan:	Arş. Gör. İpek Kesici
Güncelleme Tarihi:	27.11.2021