|  |  |
| --- | --- |
| D**ersin Adı** | **Sosyal Medya Uzmanlığı** |
| **Dersin AKTS'si** | 3 |
| **Dersin Yürütücüsü** |  |
| **Dersin Gün ve Saati** | **(Yüz Yüze Eğitim)** |
| **Ders Görüşme Gün ve** |  |
| **Saatleri** |
| **İletişim Bilgileri** |  |
| **Öğretim Yöntemi ve Ders** | Yüz yüze, konu anlatım, soru-cevap sunum yapma, |
| **Hazırlık** |
| Ders hazırlığı; teorik kısım için derse gelmeden önce konu ile ilgili ön |
|  | araştırma ve sunum yapma şeklindedir. |
| **Dersin Amacı** | Yeni iletişim teknolojilerinden sosyal medya kavramı ve tarihsel gelişimi |
| hakkında temel bilgiler sunularak sosyal medya araç ve teknolojilerini |
| tanıtmak. Sosyal medyanın kurumların iletişim politikalarına sağladığı |
| katkılar hakkında birikim kazırmak. Sosyal medya stratejilerini geleneksel |
| halkla ilişkiler, reklamcılık, siyasal iletişim kampanyalarına nasıl |
| uyarlanabileceği konusunda örnek kampanyalarla öğrencilere kavratılması |
| amaçlanmaktadır |
| **Dersin Öğrenme Çıktıları** | Bu dersin sonunda öğrenci; |
|  | **1)** Yeni iletişim teknolojilerini başarı ile kullanır. |
|  | **2)** Sosyal medya üzerinden hedef kitlesini belirler ve iletişime |
|  | geçme yollarını kavrar. Medya planlaması yapabilir. |
|  | **3)** Yeni medya teknolojilerinin etki alanlarını kavrar. |
| **Haftalık Ders Konuları** | **1)** | **Hafta** Sosyal medya üzerine yapılan tanımlar ve sosyal medya |
| **2)** | **Hafta** Sosyal medyanın tarihi |
| **3)** | **Hafta** Sosyal medya ile değişen medya anlayışı |
| **4)** | **Hafta** Sosyal medyanın kamu yönetiminde kullanımı |
| **5)** | **Hafta** Yeni medya okuryazarlığı |
| **6)** | **Hafta** Sosyal medyanın toplumsalı değiştirme gücü. |
| **7)** | **Hafta** Toplumsalı değişim.Arap Baharı. |
| **8)** | **Hafta** Siyasal iletişimde sosyal medyanın kullanımı |
| **9)** | **Hafta** Sosyal medyada reklam kampanyaları |
| **10)** | **Hafta** Sosyal medya ve değişen tüketim alışkanlıkları |
| **11)** | **Hafta** Sosyal medya ve farklı kesimlerin temsili |
| **12)** | **Hafta** Sosyal medya ve değişen kamu yönetimi anlayışı |
| **13)** | **Hafta** Sosyal medya ve etik |
| **14)** | **Hafta** Sosyal medyada iletişim kanalları |
| **Ölçme-Değerlendirme** | **Ara Sınav %40 Final Sınavı %60 şeklinde olacaktır** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kaynaklar** | 1. | Büyükaslan A. Kırık M. A(2013). Sosyal Medya Araştırmalaı 1, |
|  | Çizgi Kitapevi , İstanbul |
| 2. | Büyükaslan A. Kırık M. A(2015). Sosyal Medya Araştırmalaı 2, |
|  | Çizgi Kitapevi , İstanbul |
| 3. | Büyükaslan A. Kırık M. A(2016). Sosyal Medya Araştırmalaı 3, |
|  | Çizgi Kitapevi , İstanbul |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  | **PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE** |  |  |  |  |
|  |  |  |  | **DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ****TABLOSU** |  |  |  |  |
|  | **PÇ1** | **PÇ2** | **PÇ3** | **PÇ4** | **PÇ5** | **PÇ6** | **PÇ7** | **PÇ8** | **PÇ9** | **PÇ10** | **PÇ11** | **PÇ12** | **PÇ13** | **PÇ14** | **PÇ15** |
| **ÖÇ1** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| **ÖÇ2** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| **ÖÇ3** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Katkı** | **1 Çok Düşük** | **2 Düşük** | **3 Orta** | **4 Yüksek** | **5 Çok Yüksek** |
| **Düzeyi** |

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ders** | **PÇ1** | **PÇ2** | **PÇ3** | **PÇ4** | **PÇ5** | **PÇ6** | **PÇ7** | **PÇ8** | **PÇ9** | **PÇ10** | **PÇ11** | **PÇ12** | **PÇ13** | **PÇ14** | **PÇ15** |
| **Sosyal** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| **Medya** |
| **Uzmanlı ğı** |