

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Corporate Communication on Social Media / Corporate Communication on Social Media	
Ders Kodu / Course Code	9203107132017	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Second Cycle / Second Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Evening Education / Evening Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	
Amacı / Purpose	Dersin amacı, sosyal medyada kurumsal iletişim biçimlerini tanıtarak, kurumsal iletişim uygulamaları konusunda öğrencileri bilgilendirip çalışma yapmalarını sağlamak.	The main objective of this course is to teach the field of corporate communication on social media which should be managed strategically, and to explore how it contributes to desired corporate outcomes within various corporate communication projects.
İçeriği / Content	Sanal Gerçeklikler ve Kurumsal Markalar Sosyal Medyada Olmak ya da Olmamak Sosyal Medyada Hedef Kitlelerle İletişim Sosyal Medyada Kurum Kültürü Çalışmaları Sosyal Medyada Kurum Kimliği Uygulamaları Sosyal Medyada Kurum Kimliği Uygulamaları Sosyal Medyada Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları Sosyal Medyada Kurumsal İmaj Uygulamaları Sosyal Medyada Kurumsal İtibar Uygulamaları Sosyal Medyada Kriz Uygulamaları Sosyal Medyada Proje Uygulamaları Sosyal Medyada Söylentiler Sosyal Medya İlişkileri ve Uygulamalar Sosyal Medyada Pazarlama Uygulamaları	Virtual realities and corporate brand To be on social media Communication with target group on social media Corporate culture studies on social media Corporate identity practices on social media Corporate identity practices on social media Corporate Social Responsibility practices on social media Corporate image practices on social media Corporate reputation practices on social media Corporate crisis practices on social media Project practices on social media Rumors on social media The relationship on social media and practices Marketing practices on social media
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	-	
Staj Durumu / Internship Status	-	

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ders Kitabı: Murat Kahraman, Sosyal Medya 101, MediaCat Yayınları, 2010. Yardımcı Kaynak: POSTMAN Joel, Social Corp Social Media Goes Corporate, New Riders, Berkeley CA. 2009.	Ders Kitabı: Murat Kahraman, Sosyal Medya 101, MediaCat Yayınları, 2010. Yardımcı Kaynak: POSTMAN Joel, Social Corp Social Media Goes Corporate, New Riders, Berkeley CA. 2009.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç.Dr. Mikail Batu	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Sosyal medyada kurumsal iletişim uygulamalarına ilişkin iç ve dış süreçleri, kavramları ve modelleri tanımlar, birbirleriyle ilişkilendirir.	Define processes, concepts and models, on corporate communication practices of social media.
2	Sosyal medyada kurumsal iletişim uygulamalarının işlevlerini tanımlar, analiz eder.	Define, analyse the functional areas of corporate communication practices on social media.
3	Sosyal medyada kurumsal iletişim uygulamalarının stratejik temellerini tanımlar ve birbiriyle ilişkilendirir.	Define strategic foundation of corporate communications practices and interrelate them on social media.
4	Sosyal medyada kurumsal iletişim uygulamaları sürecindeki sorunları analiz edip süreci yönetebilir.	Analyse the issues and manage corporate communication practices on social media.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sanal Gerçeklikler ve Kurumsal Markalar				
	Virtual realities and corporate brand				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medyada Olmak ya da Olmamak				
	To be on social media				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medyada Hedef Kitlelerle İletişim				
	Communication with target group on social media				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medyada Kurum Kültürü Çalışmaları				
	Corporate culture studies on social media				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medyada Kurum Kimliği Uygulamaları				
	Corporate identity practices on social media				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Sosyal Medyada Kurum Kimliği Uygulamaları				
	Corporate identity practices on social media				
7	Sosyal Medyada Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları				
	Corporate Social Responsibility practices on social media				
8	Vize				
	Midterm				
9	Sosyal Medyada Kurumsal İmaj Uygulamaları				
	Corporate image practices on social media				
10	Sosyal Medyada Kurumsal İtibar Uygulamaları				
	Corporate reputation practices on social media				
11	Sosyal Medyada Kriz Uygulamaları				
	Corporate crisis practices on social media				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Sosyal Medyada Proje Uygulamaları				
	Project practices on social media				
13	Sosyal Medyada Söylentiler				
	Rumors on social media				
14	Sosyal Medya İlişkileri ve Uygulamalar				
	The relationship on social media and practices				
15	Sosyal Medyada Pazarlama Uygulamaları				
	Marketing practices on social media				
16	Final				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Makale Kritik Etme / Criticising Paper	1	30.00	30.00
Bireysel Çalışma / Self Study	1	40.00	40.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	24.00	24.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	3.00	3.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	35.00	35.00
Okuma / Reading	1	45.00	45.00
Final Sınavı / Final Examination	1	3.00	3.00
Toplam / Total:	7	180.00	180.00

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes											
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12
1.Sosyal medyada kurumsal iletişim uygulamalarına ilişkin iç ve dış süreçleri, kavramları ve modelleri tanımlar, birbirleriyle ilişkilendirir. / Define processes, concepts and models, on corporate communication practices of social media.	5			4					3		3	
2.Sosyal medyada kurumsal iletişim uygulamalarının işlevlerini tanımlar, analiz eder. / Define, analyse the functional areas of corporate communication practices on social media.	5			4					3		3	
3.Sosyal medyada kurumsal iletişim uygulamalarının stratejik temellerini tanımlar ve birbiriyle ilişkilendirir. / Define strategic foundation of corporate communications practices and interrelate them on social media.	5			4					3		3	
4.Sosyal medyada kurumsal iletişim uygulamaları sürecindeki sorunları analiz edip süreci yönetebilir. / Analyse the issues and manage corporate communication practices on social media.	5			3					4			

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high