

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Social Media Management / Social Media Management	
Ders Kodu / Course Code	9204015542017	
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 Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı sosyal medyanın fonksiyonlarını ve pazarlama stratejisi içindeki rolünü anlamak, sosyal medyadaki gelişmeleri pazarlama yönetimi ışığında analiz etmektir.	The aim of the course is to understand the functions of social media and its role in marketing strategy, analyzing developments in social media in the light of marketing management.
İçeriği / Content	Bu ders kapsamında sosyal medya uygulamalarının pazarlama karması ile etkileşimli ilişkisi üzerinde durulacak, sosyal medya yönetimi unsurları ve etkin sosyal medya yönetiminin nasıl olması gerektiği incelenecektir.	In the scope of this course, social media applications' interactive relationship with marketing mix will be examined; moreover the elements of social media management and effective social media management will be analyzed.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ebru Özgen, Tolga Kara. (2012). Sosyal Medya - Akademi. Beta Yayıncılık Salih Seçkin Sevinç. (2012). Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya. Optimist Yayın Dağıtım Erkan Akar. (2012). Sosyal Medya Pazarlaması - Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri. Efil Yayıncılık	Ebru Özgen, Tolga Kara. (2012). Sosyal Medya - Akademi. Beta Yayıncılık Salih Seçkin Sevinç. (2012). Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya. Optimist Yayın Dağıtım Erkan Akar. (2012). Sosyal Medya Pazarlaması - Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri. Efil Yayıncılık
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Prof. Dr. G. Nazan GÜNAY	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Sosyal medya çevresi ve kapsamını anlamak	To be able to understand the social media environment and scope
2	Sosyal medya uygulamalarının pazarlamadaki önemini ortaya koyabilmek	To be able to put forward the importance of social media applications' importance in marketing

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medya Uygulamalarına Giriş				
	Introduction to Social Media Applications				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medya Uygulamalarına İlişkin Olumlu ve Olumsuz Vaka Çalışmaları Takdimi				
	Positive and Negative Case Studies Regarding Social Media Applications				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medyada Yerel ve Küresel Trendler				
	Local and Global Trends in Social Media				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medya ve Pazarlama Uygulamaları				
	Social Media and Marketing Applications				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Gelişmiş Sosyal Medya Kanalları ve Pazarlama Uygulamalarında Kullanımı				
	Developed Social Media Channels and Their Use in Marketing Applications				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Gelişmekte Olan Sosyal Medya Kanalları ve Pazarlama Uygulamalarında Kullanımı				
	Emerging Social Media Channels and Their Use in Marketing Applications				
7	B2B Pazarlama ve Sosyal Medya Uygulamaları				
	B2B Marketing and Social Media Applications				
8	Ara Sınav				
	Midterm				
9	KOBİler için Sosyal Medya Uygulamaları				
	Social Media Applications for SMEs				
10	Sosyal Medya Uygulamaları Etkinliği Değerlendirilmesi				
	Evaluation of Social Media Applications's Effectiveness				
11	Sosyal Medya Uygulamaları ve Halkla İlişkiler				
	Social Media Applications and Public Relations				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Kriz Yönetimi ve Sosyal Medya Uygulamaları				
	Crisis Management and Social Media Applications				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Sunumları				
	Project Presentation				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Sunumları				
	Project Presentation				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Sunumları				
	Project Presentation				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	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)
Derse Katılım / Attending Lectures	16	3.00	48.00
Final Sınavı / Final Examination	1	4.00	4.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	3.00	60.00
Ara Sınav için Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	20	2.00	40.00
Okuma / Reading	10	2.00	20.00
Toplam / Total:	68	16.00	174.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 174.00/30.00 = 5.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 174.00 / 30.00 = 5.80 ~

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	1.1.13	1.1.14	1.1.15	1.1.16	1.1.17
1.Sosyal medya çevresi ve kapsamını anlamak / To be able to understand the social media environment and scope	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	1	
2.Sosyal medya uygulamalarının pazarlamadaki önemini ortaya koyabilmek / To be able to put forward the importance of social media applications' importance in marketing	5	4	5	3	4	4	3	2	5	4	4	4	4	1	1	1	

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