|  |
| --- |
| ***ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ*** ***SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ*** |
| **Dersin Kodu** | **Dersin Adı** | **Kredisi** | **AKTS** |
| PSİ 531 | Sosyal Medya Yönetimi ve Analizi  | 3 (3-0-3) | **8** |
| **Önşart** | **Yok** |
| **Eğitim Dili** | Türkçe | **Öğrenim Yöntemi** | **Yüzyüze** |
| **Dersin Tipi ve Düzeyi** |  |
|  |  | **Ders Saatleri** | **Görüşme Saati** | **İletişim** |
| **Dersin Koordinatörü** | Dr. Öğr. Üyesi Taylan Tutkunca |  |  | **taylan@cag.edu.tr** |
| **Dersin Amacı** | Sosyal Medya Analizi ve Yönetimi dersinin temel amacı, öğrencilere sosyal medyanın kullanımı, stratejik yönetimi ve etkili analizi konularında bilgi ve beceriler kazandırmaktır. |
| **Dersin Öğrenim Çıktıları** |  | Dersi başarıyla tamamlayan bir öğrencinin aşağıdaki becerilere sahip olması hedeflenmiştir: | **İlişkiler** |
| **Program Çıktısı** | **Net Etki** |
| 1 | Sosyal medya tanımı ve önemi konusunda genel bir anlayış kazanır. | 1 | **5** |
| 2 | Temel sosyal medya terimlerini öğrenerek, etkileşim konusunda uzmanlık kazanır. | 3&4 | **4&4** |
| 3 | Hedef kitle belirleme, içerik stratejileri oluşturma ve marka değeri gibi konularda beceri kazanır. | 5 | **5** |
| 4 | Farklı sosyal medya platformlarını tanıyarak, analiz edebilir. | 3 | **4&4** |
| 5 | Sosyal medya analitik araçlarını kullanarak performans ölçme ve veri yorumlama yapabilir. | 5 | **5** |
| **Dersin Tanımı:**  Bu ders, öğrencilere sosyal medya platformlarını etkili bir şekilde kullanma, stratejik planlama yapma, içerik oluşturma ve analiz yetenekleri kazandırmayı amaçlayan bir derstir. Ayrıca öğrencilerin sosyal medyanın iş dünyası, pazarlama ve iletişim stratejileri üzerindeki etkilerini anlamalarını sağlamaktadır. |
| **DERS İÇERİĞİ** |
| **Hafta** | **Konu** | **Hazırlık** | **Öğretim Yöntemi** |
| **1** | Dersin tanıtımı ve amaçlarının açıklanmasıSosyal medya tanımı ve önemiTemel sosyal medya terimleri | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **2** | Sosyal medya platform türleri ve özellikleriSosyal medya stratejilerinin temelleriHedef kitle belirleme | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **3** | Marka değeri ve algısı oluşturmaİçerik stratejileriİçerik takvimleri oluşturma | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **4** | Kriz Yönetimi | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **5** | Kampanya yönetimiİzleme ve ölçümleme araçları | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **6** | Facebook hesabı yönetimi ve Facebook analytics | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **7** | Hedef kitle analizi ve reklam stratejileri | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **8** | X hesabı oluşturma ve yönetmeAnalytics kullanımı | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **9** | Trend analizi ve hashtag stratejileri | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **10** | Instagram hesabı oluşturma ve yönetmeInstagram analytics kullanımı | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **11** | Görsel içerik stratejileriLinkedin hesabı oluşturma ve yönetme | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **12** | LinkedIn Analytics kullanımıİş profesyonelliği ve marka stratejileri | Sunum ve Ders Notları / Paylaşılan Kaynaklar | **Anlatım veTartışma** |
| **13** | Öğrencilere sosyal medya projeleri verilmesi |  | **Anlatım veTartışma** |
| **14** | Proje sunma ve değerlendirmeDersin genel değerlendirmesi ve geri bildirim |  | **Anlatım veTartışma** |
| **KAYNAKLAR** |
| **Ders Kitabı** | **Küçük işletmelerde sosyal medya yönetimi, Doç. Dr. Ali Ender Altunoğlu, Seçkin Yayıncılık, Ağustos 2020, 1. Baskı** |
|  |  |
| **Malzeme Paylaşımı** | **Öğretim üyesinin ders anlatım slaytları / Ders Notları ve İnternet Kaynakları** |
| **DEĞERLENDİRME YÖNTEMLERİ** |
| **Faaliyetler** | **Sayı** | **Etki** | **Açıklama** |
| **Ara Sınav** | 1 | **%50** |  |
| **Proje (Dönem Ödevi)** | 1 | **%50** |  |
| **Yıl İçinin Başarıya Oranı** |  | **%50** |  |
| **Final Sınavının Etkisi** | 1 | **%50** |  |
|  |  |  |  |
| **AKTS TABLOSU** |
| **İçerik** | **Sayı** | **Saat** | **Toplam** |
| **Ders Süresi** | 16 | 3 | 48 |
| **Sınıf Dışı Ders Çalışma** | 16 | 5 | 80 |
| **Katılımlar** | 1 | 42 | 42 |
| **Proje (Dönem Ödevi)** | 1 | 40 | 40 |
| **Ara Sınav** | 1 | 24 | 24 |
| **Final Sınavı** | 1 | 48 | 24 |
| **Toplam****Toplam / 30****AKTS Kredisi** | **266** |
| **266/30 = 8,86** |
| **8** |
| **PROJE ÇALIŞMASI** |  |
| **Ulusal veya uluslararası ölçekte faaliyet gösteren kuruluşların faaliyetlerinde sosyal medya kullanımının incelenmesi ve kişisel bir sosyal medya faaliyet planı oluşturularak içerik stratejisi belirleme ve hedef kitle analizi yapılarak raporlanması, araştırılmasıdır. Araştırma tek kişi veya 2 kişilik olarak hazırlanabilir. Araştırma raporunun MS Word uygulamasında yazılmış en son hali e-mail aracılığıyla teslim edilir.** |  |
| **Araştırma Taslağı****• Özet (100-150 kelime)****• Giriş****• Kavramsal Çerçeve – Sosyal Medya Literatür (kitap,tez,makale vb.)** **• Örnek sosyal medya kullanımı ve analizi****• Sosyal medya faaliyet planı içeriği****• Sonuç ve Öneriler****• Kaynakça** |  |