BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

GÖLPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

(2021 - 2022) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Medya Pazarlama	HİT202	4	4 + 0	6,0	Zorunlu

Birim Bölüm	Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Ön Lisans (Yüz yüze; görsel sunum, anlatım, tartışma.)
Amaç	Bu dersin amacı, dijital çağın önemli bir getirisi olan medyanın kullanım alanlarının, bireysel, toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel etkilerinin değerlendirilmesidir.
Ders İçeriği	Medya Pazarlama ve Tanımı/Türleri/ Tarihsel Gelişimi/İnternetin Tanımı/ İnternette Pazarlamaya Giriş/İnternette Pazarlama Araştırması/ İnternette Ödeme Sistemleri/Satışçıların Gözetim ve Kontrolü
Ders Veren	Öğr. Gör. Yıldız KOL
Ders Kaynakları	ibrahim KIRCOVA, Ebru ENGİNKAYA (2015), Sosyal Medya Pazarlama, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Hafta	Konu
1	Derse giriş ve temel kavramlar.
2	Yeni Medya ve Sanal İletişim
3	Medya ve Kimlik İnşası
4	Medyada Pazarlama ve Marka Yönetimi
5	Sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi
6	Medya ve İnsan Kaynakları Yönetimi
7	Medyada İtibar yönetimi
8	Medya ve Siber Kültür
9	Medya ve Büyük Veri Kavramı
10	Dijital Pazarlama ve Bilginin Dolaşımı
11	Dijital Ortamda Tüketici Davranışı
12	Dijital Pazarlama İletişimi
13	Sosyal Medya Pazarlama
14	Dijital Pazarlamanın Zorlukları

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	4	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	3	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	2	14
Ara Sınav 1		8	1
Final		20	1
	Ders İş Yükü:	308	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	12,08	

Program Çıktıları	
1	Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahiptir.
2	Etkili iletişim becerileri konusunda edindiği bilgi ve uygulama düzeyi sayesinde iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir.
3	Edindiği disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir.
4	İletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahip olarak üstlendiği iletişim çalışmalarında, hukuki sorumluluk bilinciyle hareket edebilir.
5	Alanıyla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
6	Alanıyla ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açıktır.
7	Girişimcilik ve liderliğin önemini bilir.
8	Bireysel bilgi ve becerileri ile alanıyla ilgili kişi ve kurumlara düşüncelerini yazılı ve sözlü olarak aktarır, onlara çözüm önerisi sunar.
9	Bir yabancı dili alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlar ve kullanır.
10	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır.
11	Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutar ve mesleki, ahlaki ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapar
12	Reklam, grafik tasarımı, pazarlama, protokol ve lobicilik alanlarında yeterli düzeyde bilgi sahibidir
13	Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açılarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir
14	Alanıyla ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir
15	Alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilir, analitik ve stratejik düşünerek bunları uygulamaya geçirebilir.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
Medyanın bireyler ve kişilerarası iletişim üzerindeki etkilerini yorumlayabilme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sosyal medyanın kültürler arasındaki etkileşim üzerindeki rolünü değerlendirebilme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Yeni medyanın kurumsal iletişimdeki kullanım alanlarını açıklayabilme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/292488