



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Medya Pazarlama	HİT202	4	4 + 0	5,0	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, siyasi 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. Sibel GÜRSEL
Ders Kaynakları	İbrahim 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 Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	2	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	3	14
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	4	14
Ara Sınav 1		8	1
Final		20	1
<b>Ders İş Yüğü:</b>		154	
<b>AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):</b>		6,04	

Program Çıktıları	
1	Halkla ilişkiler disiplininin ve ilişkili olduğu disiplinlerin temel kavramlarının önemini kavrayabilme ve disiplinler arasındaki ilişkileri kurabilir.
2	Düşüncelerini ve sorunlara ilişkin çözüm önerilerini yazılı ve sözlü olarak aktararak alanı ile ilgili konularda ilgili kişi ve kurumları bilgilendirir, ikna edici mesajlar oluşturabilir.
3	Tüketici davranışı ve etkili iletişim becerileri konusunda yeterli bilgi ve uygulama düzeyine sahip olarak iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir.
4	Kurumun iç ve dış paydaşlarıyla ilgili iletişim sorunlarını, edindiği işletme yönetimi ve organizasyon alanındaki temel bilgilerle zorlu koşullarda dahi tespit edebilir, tanımlayabilir, analiz edip uygulayabilir.
5	Uluslararası platformdaki mesleki gelişmeleri ve yabancı literatürü takip edebilecek, uluslararası iş çalışmalarında kullanılacak orta düzeyde yabancı dil bilgi yeterliliğine sahiptir.
6	Temel hukuk bilgisi üzerinde iletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahiptir. Üstlenilen iletişim çalışmalarında hukuki sorumlulukların bilinciyle hareket eder.
7	Kurum ya da ürün/hizmete yönelik imaj ve itibar oluşumuna katkı sağlayabilecek iletişim çalışmalarının yapılması süreçleri ile ilgili yeterli düzeyde kuramsal ve uygulama bilgisine sahiptir.
8	Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açlarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir.
9	Edinilen disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir.
10	Edinilen disiplinler arası bilgileri, yine disiplinler arası bilimsel ve mesleki çalışmaları destekleyecek biçimde kullanabilir.
11	Halkla ilişkiler ve tanıtım alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür,
12	Yapılacak iletişim çalışmalarında takım çalışmasına uygun olarak sorumlulukları üstlenebilir ve takım ruhu bilinci ile hareket edebilir.
13	Mesleki, ahlaki ve etik sorumluluk bilincine sahiptir.
14	Sponsorluk, sosyal sorumluluk, kamuoyu araştırmaları, imaj yönetimi, işletme yönetimi, hukuk, medya iletişimi, siyasi iletişim ve lobcilik, ekonomi, propaganda, gibi kavramları uygulayabilme becerisi kazanır.

**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
Medyanın bireyler ve kişilerarası iletişim üzerindeki etkilerini yorumlayabilme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sosyal medyanın kültürler arasındaki etkileşim üzerindeki rolünü değerlendirebilme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Yeni medyanın kurumsal iletişimdeki kullanım alanlarını açıklayabilme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/379783>