

ALANYA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SOSYAL MEDYA VE DİJİTAL İLETİŞİM TEZSİZ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
DERS KATALOĞU

ÖĞRETİM PROGRAMI

BİRİNCİ YIL				
I. YARIYIL				
Ders Kodu	Ders Adı	T	U	K AKTS
ILE 501	Sosyal Bilimlerde Araştırma	3	0	3 7,5
ILE 503	İnternet Haberciliği	3	0	3 7,5
ILE 505	Ağ Toplumu	3	0	3 7,5
ILE 507	İletişim Ekolojisi ve Dijital Çevre	3	0	3 7,5
-	Seçmeli Ders	3	0	3 7,5
TOPLAM				37,5
II. YARIYIL				
ILE 502	Sosyal Medya Araştırmaları	3	0	3 7,5
ILE 504	Sosyal Medya İçerik Tasarımı	3	0	3 7,5
ILE 506	Sosyal Ağlarda Pazarlama	3	0	3 7,5
ILE 508	Dijital Platformlarda İtibar Yönetimi	3	0	3 7,5
-	Seçmeli Ders	3	0	3 7,5
TOPLAM				15 37,5
İKİNCİ YIL				
ILE 590	Dönem Projesi	0	0	0 15
TOPLAM				90

* T: Teorik, U: Uygulama, K: Yerel Kradi, AKTS: Avrupa Kredi Transfer Sistemi

DERS İÇERİKLERİ

ILE 501 Sosyal Bilimlerde Araştırma (3+0) 7,5 AKTS

Bu derste bilimin tanımı yapılarak bilimin temel işlevleri, özellikleri, kaynakları ele alınmaktadır. Buna ek olarak bilimsel yöntemin dayandığı temel varsayımlar, bilimsel yöntemin aşamaları ve araştırma türleri üzerinde durulmaktadır.

ILE 503 İnternet Haberciliği (3+0) 7,5 AKTS

Bu ders kapsamında öğrenci; teknoloji kavramı, teknolojiye farklı yaklaşımlar, yeni iletişim teknolojileri ve internet, internet ve demokrasi, yeni iletişim teknolojileri ve habercilik, internet haberciliğinin tarihsel gelişimi, geleneksel habercilik ile internet haberciliğinin karşılaştırılması, internet haberciliğinin temel özellikleri, habercilikte web 2.0, sosyal medyanın habercilikteki rolü, blogların tarihsel gelişimi, blog örnekleri, blog yazarlığı hakkında bilgi sahibi olur.

ILE 505 Ağ Toplumu (3+0) 7,5 AKTS

Bu ders, büyük veri, ağ analizi, ağ teorisi ve veri analitiği kavramlarının tanımlanmasını kapsamaktadır. Öğrenenlere veri ve veri türleri, veri depolama, erişim ve manipülasyon ve veri analitiği ile ilgili kavramlar tanıtılır.

ILE 507 İletişim Ekolojisi ve Dijital Çevre (3+0) 7,5 AKTS

Bu ders, mevcut ve gelişmekte olan dijital teknolojiye uyum sağlayarak gelişimine devam eden toplumsal iletişimin rolü hakkında genel bir bakış sağlar. Ayrıca ders kapsamında öğrenenlere, toplumsal düzen içerisinde iletişim ekolojisi, bilgi teknolojisi ve iletişim formatlarının etkin ortamda nasıl işlediğini ve iç içe geçtiğini tanıma fırsatı sunar.

ILE 502 Sosyal Medya Araştırmaları (3+0) 7,5 AKTS

Bu ders ile birlikte öğrenciler kurumlar için en önemli medya ortamlarından birisi olan sosyal medya üzerinden yapılabilecek araştırmaları nasıl organize edilebileceği, nasıl yönetilebileceği, çevirim içi ortamlarda nasıl süreçler izleneceği söylem ve içerik analizi bağlamında tartışılacaktır.

ILE 504 Sosyal Medya İçerik Tasarımı (3+0) 7,5 AKTS

Bu dersin içeriğini sosyal medya için dijital içerik üretimi ve uygulamaları oluşturmaktadır. Ders kapsamında, içerik üretimi yaparken, dikkat edilmesi gereken temel kural ve tasarım yaklaşımları, üretimin sonuçları ve etkileri, medya, pazarlama gibi konular üzerinde durulur.

ILE 506 Sosyal Ağlarda Pazarlama (3+0) 7,5 AKTS

Öğrencilerin küreselleşen piyasada dijital pazarlama hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamak amaçlanmaktadır. Bu ders kapsamında, dijital platformlar, e-işletme yönetimi, dijital pazarlama dinamikleri ve eğilimleri gibi farklı konular incelenmektedir. Dersin hedefi öğrenenlere, sosyal ağlarda pazarlamanın geleceğini şekillendirebilecek eğilimleri inceleme fırsatı sunmaktır.

ILE 508 Dijital Platformlarda İtibar Yönetimi (3+0) 7,5 AKTS

Kurumsal itibarın yönetimi sürecinde medya kullanımının süreç üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bu bağlamda, derste sosyal medya üzerinden kurumsal itibarın nasıl yönetilebileceği, çevirim içi ortamlarda itibar yönetimi adına nasıl süreçler izleneceği tartışılacaktır. Derste temel olarak kurumsal itibar yönetimi ve ilişkili kavramlar üzerinde durulacaktır. Bu kapsamda çevrim içi ortamlarda kurumsal itibar yönetimi, sosyal medya platformları ve dijital itibar yönetimi, çevrim içi itibarı etkileyen faktörler, çevrim içi itibarın değerlendirilmesi, çevrim içi kurumsal itibarda hikâyelerin rolü, çevrim içi itibarda kurumsal sosyal sorumluluk, çevrim içi itibar sürecinde kriz yönetimi konuları güncel örnekler üzerinden incelenecektir.

SEÇMELİ DERSLER

ILE 509 Dijital Medya ve Eleştirel Teoriler (3+0) 7,5 AKTS

Bu ders kapsamında öğrenciler eleştirel kuramları tanır ve dijital medyanın gelişimini eleştirel kuramlar kapsamında inceler. Bu dersin amacı öğrencilerin sosyal medya ortamında üretilen ve evrensel dolaşımda olan dijital kültüre ilişkin tespitler yapmasına ve bu tespitleri eleştirel kuramlara ilişkin bilgileri ile sentezleyerek dijital medyayı anlamasına fırsat yaratılmasıdır.

ILE 511 Sosyal Medya Reklamcılığı (3+0) 7,5 AKTS

Bu dersin sonunda öğrencilerin, medya, ajans ve reklamcılık sektörlerindeki yenilikçi gelişmeleri yorumlaması, markaların ihtiyaç duyacağı dijital pazarlama planlarını oluşturabilmesi ve dijital reklam çeşitlerini öğrenerek daha etkin pazarlama kampanyaları üretmesi hedeflenir. Derste, sosyal medyada gerçekleştirilen reklam ve tanıtım kampanyaları kapsamında geliştirilen stratejiler incelenerek, hedef kitleye uygun kampanyalar tasarlanması konuları ele alınmaktadır.

ILE 513 Veri ve Toplum (3+0) 7,5 AKTS

Bu modül, dijital verilerin ve toplumun nasıl kesiştiğini araştırmak ve anlamak söz konusu olduğunda teorik temelleri atmayı amaçlamaktadır. Bu modülün ana odak noktası, dijital veri uygulamaları ve bunların sosyo-kültürel, politik ve öznel faktörler tarafından nasıl şekillendirildiği ve şekillendirildiği üzerinedir. Öğrenciler, disiplinler arası bir perspektiften temel kavramlar ve teorik çerçevelerle tanışacaklar ve seminerler ve bağımsız çalışma sırasında bunlarla etkileşime girecekler. Değerlendirme, yaratıcı bir veri projesinin yanı sıra yazılı bir denemeden oluşur.

ILE 515 Müşteri İlişkileri Yönetimi (3+0) 7,5 AKTS

Bu ders web 2.0 teknolojileriyle birlikte pazarlama iletişimi yönetiminin tamamen müşteri odaklı ve etkileşimli bir boyuta taşındığı dijital çağda, sosyal medyanın,

pazarlama iletişimi ve müşteri ilişkileri yönetimi açısından etkin kullanımının iletişim perspektifiyle uygulama alanlarının incelenmesini hedeflemektedir. Bu hedef çerçevesinde bu derste müşteri ilişkileri yönetiminin web teknolojileri ile birlikte yaşadığı gelişimi; Müşteri İlişkileri Yönetiminden sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi'nin temel dinamiklerinin ele alınması ve güncel uygulamaların incelenmesi ile konu hakkında kapsamlı bilgi sahibi olunmasına ilişkin konular incelenmektedir.

ILE 510 Dijital Kültür ve Güncel Yaşam (3+0) 7,5 AKTS

Dijital ağlara bağlı platformlar ve cihazlar sürekli etkileşimsellik özelliği ile toplumlar ve kültürler üzerinde gün geçtikçe daha büyük etkilere sahip olmaktadır. Bu etkiler gündelik hayat pratikleriyle kaynaştıkça görünmez hale gelmektedir. Bu ders kapsamında ise öğrencilerin kendi bireysel internet kullanımlarının diğer bireylerden nasıl farklı olabileceğini ve bu farklılığın dijital kültür için ne anlam ifade edeceği keşfetmesi beklenmektedir. Yanı sıra, farklı konular ve bakış açılarından teknoloji ve toplumun etkileşimini inceleyecek ve dijital kültürü kavramsal olarak analiz edeceklerdir.

ILE 512 Dijital Ekonomi (3+0) 7,5 AKTS

Bu ders kapsamında dijital platformların ve ağların yerel, ulusal ve uluslararası düzeydeki ekonomik etkileri incelenmektedir. Bu kapsamda öğrenenlere, işletmeler ve markalar için yeni teknolojilerden ne şekilde yararlanılabileceğine ve rekabetçi çok kanallı stratejilerin nasıl benimsenebileceğine ilişkin çeşitli örnekler sunulmaktadır, dijital yenilik anlayışına sahip bir bakış açısı geliştirmeleri beklenmektedir.

ILE 514 İnternet, İşbirliği ve İnovasyon (3+0) 7,5 AKTS

Ders kapsamında, internet tabanlı işbirliği ve inovasyona odaklanılmaktadır. Bu bağlamda, internetin başkalarıyla ilişki kurma ve işbirliği yapma şeklimizi nasıl yeniden şekillendirdiğini, işbirliğinin ortamları, internet işbirliğini kullanma ve güçlendirme yolları, işbirliği süreçlerine katılım ve yönetim konuları dersin içeriğini oluşturmaktadır.

ILE 516 Çevrimiçi Oyunlar ve Oyunlaştırma (3+0) 7,5 AKTS

Bu derste dijital oyun tasarım tekniklerinin, iş hayatı ve toplumsal alandaki problemlere uyarlanması odaklanılmaktadır. Bu kapsamda oyunlaştırma mekanizmaları, bu mekanizmaların taşıdığı potansiyeller ve etkili kullanma yöntemlerine ilişkin bilgilerin öğrenenlere sunulması amaçlanmaktadır. Yanı sıra çeşitli alanlara ilişkin oyunlaştırma analizlerinin yapılması, ilgili vaka çalışmalarının gerçekleştirilmesi, çeşitli aktörlerin oyunlaştırma stratejilerinin incelenmesi ve oyunlaştırmadan kaynaklanan sorunların tartışılması amaçlanmaktadır.