



DİJİTAL PAZARLAMA VE SOSYAL MEDYA YÖNETİCİLİĞİ SERTİFİKA PROGRAMI

1. MODÜL: STRATEJİK İLETİŞİM YÖNETİMİ

Dersin Adı	PAZARLAMA İLETİŞİMİ
Süre (Saati)	10
Öğretim Elemanı	PROF. DR. MUSTAFA GÜLMEZ
DERS İÇERİKLERİ	
1. İletişim Kavramı ve İletişim Süreci 2. Pazarlama iletişimi Karması Elemanları 3. Reklam 4. Kişisel Satış 5. Halkla İlişkiler 6. Satış Tutundurma 7. Doğrudan Pazarlama 8. Sponsorluk 9. Sergi ve Fuar 10. Pazarlama İletişimi Planlama Süreci	
Dersin Adı	İTİBAR VE KRİZ YÖNETİMİ
Süre (Saati)	10
Öğretim Elemanı	PROF. DR. MUSTAFA GÜLMEZ
DERS İÇERİKLERİ	
1. İtibar Yönetimi ve Sosyal Medya 2. İtibar Kavramı ve Kurumsal İtibar 3. Sosyal Medyada İtibar Yönetimi 4. Kriz Yönetimi ve Sosyal medya 5. Krizin Tanımı ve Türleri 6. Kriz Yönetimi 7. Sosyal Medyada Krizler ve Yönetimi	
Dersin Adı	KURUMSAL İLETİŞİM YÖNETİMİ
Süre (Saati)	10
Öğretim Elemanı	Yrd. Doç. Dr. Gül Coşkun DEĞİRMEN
DERS İÇERİKLERİ	
1. Kurumsal İletişim Kavramı ve Gelişimi 2. Kurumsal İletişimin Önemi ve İşlevleri 3. Kurumsal İletişim Teorileri 4. Kurumsal İletişim Bileşenleri 5. Paydaş Yönetimi, 6. Kimlik, Kültür, Sosyal Sorumluluk 7. Kurumsal Reklamlar 8. Kurumsal İletişim Projeleri 9. Sosyal Medyada Kurumsal İletişim Yönetimi	
Ders Saatleri Toplamı	30



2. MODÜL: SOSYAL MEDYA

Dersin Adı	SOSYAL MEDYADA PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ
Süre (Saati)	10
Öğretim Elemanı	Dij. Paz. Uzm. Bengisu ÜÇER

DERS İÇERİKLERİ

1. Kampanya öncesi hazırlık
2. Bilgilendirme
3. Kanal seçimi
4. Stratejik planlama ve geliştirme dönemi
5. Hedef kitle sınırlarını belirleme
6. Kampanya mesajı belirleme ve yaratıcı uygulama süreci
7. Kampanya yayın dönemi
8. Örnek uygulamalar
9. Kampanya sonrası değerlendirmeler
10. Sosyal pazarlamada etik

Dersin Adı	BİLİŞİM VE SOSYAL MEDYA HUKUKU
Süre (Saati)	10
Öğretim Elemanı	Av. Murat BİLGİN

DERS İÇERİKLERİ

1. Giriş (Bilişimle İlgili Temel Kavramlar)
2. Bilişim Hukuku ve Yasal Mevzuat
3. Bilişim Suçlarında Tahkikat Aşaması
4. Online İtibar
5. Sosyal Medyada İş Hukuku

Dersin Adı	SOSYAL MEDYADA CRM UYGULAMALARI
Süre (Saati)	10
Öğretim Elemanı	Tatsiana IŞIK

DERS İÇERİKLERİ

1. CRM Tanımı ,Önemi ve Amacı
2. CRM ve Pazarlama
3. E-CRM Nedir?
4. Kalite ve Sosyal Medya Etkisi



Dersin Adı	KURUMSAL SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI			
Süre (Saati)	5			
Öğretim Elemanı	Mesut ŞİMŞEK			
DERS İÇERİKLERİ				
1. Örnek Olay İncelemeleriyle Doğru Sosyal Ağ Seçimin Önemi 2. Örnek Olay İncelemeleriyle Hedef Kitle Odaklı İçerik Üretimi 3. Sosyal Medya Yönetiminde Destekleyici Güncel Uygulamalar 4. Örneklerle Sosyal Medya Yönetiminde Yapılan Hatalar 5. Sosyal Medya Reklam Yöntemleri				
Dersin Adı	KAMU SİYASET KURUMLARINDA SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI			
Süre (Saati)	5			
Öğretim Elemanı	Yrd. Doç. Dr. Mustafa Sami MENCET			
DERS İÇERİKLERİ				
Kurumsal değerlendirmelerin yapıldığı derslere ilgili kurumun yöneticileri konuk olarak davet edilecektir.				
1. Televizyon ve Gazetelerin Sosyal Medya Hesapları 2. Belediyelerde Sosyal Medyanın Kullanımı ve Önemi (Antalya Büyükşehir Belediyesi) 3. Sağlık Kuruluşlarında Sosyal Medyanın Kullanımı ve Önemi (Kamu Hastaneleri Birliği Sosyal Medya Hesapları) 4. Üç Büyük Siyasi Partinin Sosyal Medya Sayfalarının İncelenmesi 5. Geleneksel Medya ve Sosyal Medya İlişkisi – Genel Değerlendirme				
Ders Saatleri Toplamı	40			



3. MODÜL: DİJİTAL YAYINCILIK VE KAMPANYA TASARIMI

Dersin Adı	DİJİTAL KAMPANYA FİKİRLERİ VE SÜREÇLERİ
Süre (Saati)	10
Öğretim Elemanı	Creative Director Murat GÜNEŞ

DERS İÇERİKLERİ

1. Yaratıcı Fikir Süreçleri
2. Tasarım Süreçleri
3. Video prodüksiyon süreçleri
4. Fotoğraf çekimi süreçleri
5. Dijital Medya Tasarımları
6. Web Sitesi Tasarımı Süreçleri
7. Kurumsal Kimlik

Dersin Adı	ARAMA MOTORLARI, MONİTORİNG, BLOG VE MAILİNG YÖNETİMİ
Süre (Saati)	10
Öğretim Elemanı	A. Seçkin CANAN

DERS İÇERİKLERİ

1. Yeni Medya İletişimi ve Dijital Uygulamalar
2. Yeni Medya Teknolojileri Bağlamında Dijital ve Sosyal Medya Araçlarının Ayrımı.
3. Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 ve Semantik İnternet
4. Yapay Zeka, VR ve Dijital Medya İletişiminin Gelecek Beklentileri
5. Dijital Medya Uygulamalarının Mimarisi, Geliştirme Süreçleri ve Medya
6. Uygulamalarında Senaryolaştırma
7. Web Mimarisi ve İnternet Tabanlı Uygulamaların Çalışma Prensipleri
8. Arama Motorlarının Web Dünyasındaki Yeri ve SEO Çalışmaları ile
9. SEO Mimarisinin Temel Prensipleri
10. Yeni Medya İletişiminde Bütünlük, 360 Derece İletişim ve İnternette İletişimin Matematiği

Dersin Adı	WEB 2.0 UYGULAMALARI
Süre (Saati)	10
Öğretim Elemanı	Ar. Gör. İnanç SOYLU

DERS İÇERİKLERİ

1. Dinamik Web Sitesi Nedir?
2. HTML Etiketleri ve Kullanım Yöntemleri
3. CSS Framework Nedir?
4. Framework Kullanımı ve Faydaları.
5. HTTP Sunucuları (Web sunucuları)
6. Veri Tabanı Sunucuları (Mysql, MySql ve Oracle) Hakkında Genel Bilgi
7. Server Side Scripting (PHP)
8. Client Side Scripting (JavaScript)
9. Wordpress Nedir? Wordpress Uygulamaları



Dersin Adı	MOBİL PAZARLAMA VE E-TİCARET
Süre (Saati)	5
Öğretim Elemanı	Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ
DERS İÇERİKLERİ	
1. Mobil Pazarlamanın Tanımı ve Türleri 2. Mobil Pazarlama Örnekleri Uygulamaları	
Dersin Adı	DİJİTAL YAYINCILIKTA GÜNCEL UYGULAMALAR
Süre (Saati)	5
Öğretim Elemanı	Mesut ŞİMŞEK
DERS İÇERİKLERİ	
1. Basılı Yayınların Dijital Ortam Uygulamaları 2. Online Müzik,Dizi,Film Uygulama İncelemeleri 3. Yayıncılıkta Mobil Uygulama İncelemeleri 4. Bağımsız İçerik Platformları 5. Örneklerle Kullanıcı Dostu Dijital Yayıncılık	
Ders Saatleri Toplamı	40

ATÖLYE ÇALIŞMASI (MEZUNİYET PROJESİ) 6 Saat
Sosyal Medyada Strateji Geliştirme ve Uygulamaları

Danışman Öğretim Elemanları

- Yrd. Doç. Dr. Mustafa Sami MENCET
- Yrd. Doç. Dr. Gül Coşkun DEĞİRMEN
- Murat GÜNEŞ