

**T.C. YAŞAR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ**

**Meslek Yüksekokulu**

**Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü**

**Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı**

**MPHP 1114 Sosyal Medya ve Marka Yönetimi Proje Değerlendirme Formu**

Sosyal Medya ve Marka Yönetimidersi kapsamında Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı öğrencileri marka yönetiminde sosyal medya kullanımını uygulamalı olarak öğrenmek için iki adet proje hazırlar ve projelerinin sunumlarını gerçekleştirirler. Projelerin ilki vize notunu, ikincisi final notunu belirleyecektir.

Projeler için öğrenciler bireysel veya 2 kişilik gruplar halinde çalışma yapabilirler.

Yazılı raporların belirtilen formata ve içeriğe uygun olarak hazırlanması, projelerin zamanında teslim edilmesi, sunuma katılma, sunuma özen gösterme öğrenciye verilecek notta dikkate alınmaktadır**.**

**Vize Projesi: Marka Yaratma ve Marka Yönetimi**

Öğrenciler hayal gücü ve yaratıcılıklarını kullanarak özgün bir marka yaratırlar ve yarattıkları markanın marka yönetim sürecini planlarlar. Bunun için derste öğrendikleri marka ve marka yönetimi sürecini dikkate almaları gerekmektedir. Marka için sektör seçiminde öğrenciler özgürdür, bu marka bir ürün veya hizmet markası olabilir. Bu esneklikte amaç; istediği alanda çalışma yapma özgürlüğü ile öğrencinin motivasyonunu artırmaktır.

Marka yaratım sürecinde proje için aşağıda yazılı basamaklar takip edilmelidir:

**Marka Yönetimi Süreci**

1. Marka Planlaması

a. Pazar Koşullarının Tespiti

b. Markanın Hedef Kitlesinin Belirlenmesi

2. Marka Stratejilerinin Belirlenmesi ve Uygulama

a. Markaya İlişkin Temel Markalama Kararları

b. Marka Stratejileri

3. Marka Konumlandırma

4. Marka İletişim Planı

**Final Projesi: Sosyal Medya Yönetimi ve Sosyal Medya Kitapçığı**

Öğrenciler yarattıkları marka için bir Sosyal Medya Yönetim Kitapçığı hazırlarlar ve bir adet instagram hesabı açarak marka için içerik üretirler.

Öğrencinin projeyi hazırlarken kendisini o markanın sosyal medyasından sorumlu bir ekip üyesi olarak görmesi ve neler yapabileceğini hayal etmesi yol gösterici olacaktır. Bu ekip marka içinde bir departman veya ajans ekibi olabilir.

İlgili kitapçık aşağıdaki bölümleri mutlaka içermelidir. Öğrenciler gerekli görmeleri durumunda, bilgi ve becerilerine göre kitapçığa bölüm ekleyebilirler.

**Sosyal Medya Kitapçığı**

Giriş

1. Marka Değerleri

2. Sosyal Medya Hesapları

3. Sosyal Medya Stratejisi

4. Sosyal Medya İlkeleri

5. Sosyal Medya Paylaşım Standartları

**Vize ve Final için proje dosyasının biçimsel özellikleri:**

\* Proje dosyaları hazırlanırken tek bir yazı karakteri belirlenmeli ve yazıların 12 punto büyüklüğünde olmasına özen gösterilmelidir.

\* Başlık, alt başlık gibi kısımları oluştururken birbirinden farklı yazı karakteri kullanmak yerine aynı karakterin ince, kalın, italik gibi farklı şekilleri kullanılmalıdır.

\* Dil kullanımına özen gösterilmeli ve dil kurallarına uyulmalıdır.

\* Kitapçık basılı olarak teslim edilmelidir. Sosyal medya hesabı ve paylaşımları ise kitapçıkla birlikte CD ile teslim edilmelidir.

**Sosyal Medya ve Marka Yönetimi Dersi Vize Projesi Değerlendirme Formu:**

Dersin Adı, Kodu: Sosyal Medya ve Marka Yönetimi, MPHP 1114

Öğrencinin Adı Soyadı, Numarası:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Proje Değerlendirme Ölçütü** | **Dönem Katkı Payı** | **Öğrencinin Notu** | **Açıklama** | **Teslim Edilecekler ve Değerlendirme Ölçütleri** |
| Markanın özgün olması | 20% |  | Öğrenciler hayal gücü ve yaratıcılıklarını kullanarak özgün bir marka yaratmalıdır. Marka için sektör seçiminde öğrenciler özgürdür, bu marka bir ürün veya hizmet markası olabilir. Var olan bir marka kabul edilmeyecektir. |  |
| Yaratıcılık | 20% |  | Marka yaratmaktan başlayarak tüm marka yönetimi sürecinde yaratıcılık kavramı önemlidir. | Daha önce düşünülmemiş, yapılmamış ancak önemli bir ihtiyacı karşılayacak bir ürün/hizmet markası olması konusunda öğrencilerin hayal gücünü zorlamaları ve yaratıcı olmaları beklenmektedir. |
| Marka Yönetimi Süreci basamaklarının eksiksiz yapılması | 40% |  | Öğrenciler yarattıkları markanın marka yönetim sürecini planlarlar. Bunun için derste öğrendikleri marka ve marka yönetimi sürecini dikkate almaları gerekmektedir. (Projede yer alması gereken marka yönetimi süreci basamakları değerlendirme ölçütlerinde belirtilmiştir) | **Marka Yönetimi Süreci**  1. Marka Planlaması  a. Pazar Koşullarının Tespiti, b. Markanın Hedef Kitlesinin Belirlenmesi  2. Marka Stratejilerinin Belirlenmesi ve Uygulama  a. Markaya İlişkin Temel Markalama Kararları, b. Marka Stratejileri  3. Marka Konumlandırma  4. Marka İletişim Planı |
| Dil bilgisi kuralları | 20% |  | Projenin tamamı imla kurallarına uygun hazırlanmalı, son okuma mutlaka yapılmalıdır. |  |
| Toplam | 100% |  |  |  |

**Dersi Veren:** Adı Soyadı / Ünvanı /İmza/

Öğr. Gör. Aslı Albayrak / 11.01.2019

**Sosyal Medya ve Marka Yönetimi Dersi Final Projesi Değerlendirme Formu:**

Dersin Adı, Kodu: Sosyal Medya ve Marka Yönetimi, MPHP 1114

Öğrencinin Adı Soyadı, Numarası:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Proje Değerlendirme Ölçütü** | **Dönem Katkı Payı** | **Öğrencinin Notu** | **Açıklama** | **Teslim Edilecekler ve Değerlendirme Ölçütleri** |
| Bir strateji doğrultusunda planlanmış gönderiler olması | 20% |  | Marka için hazırlanan sosyal medya hesabında; markaya uygun, haftalık ve aylık olarak planlanmış gönderiler paylaşılmalıdır. |  |
| Özgün ve yaratıcı içerik üretimi | 20% |  | Üretilen içerikler benzersiz, yaratıcı ve hedef kitlenin ilgisini çekecek içerikler olmalıdır. |  |
| Paylaşılan fotoğrafın/videonun kalitesi | 20% |  | Markanın sosyal medya hesabında estetik bir görsellik oluşturmak amacıyla kaliteli görseller paylaşılmalıdır. Çözünürlük yeterli olmalıdır. |  |
| Metin yazımında dil kurallarına uyulması | 20% |  | Tüm paylaşımlarda imla kurallarına uyulmalıdır. Paylaşımdan önce son okuma mutlaka yapılmalıdır. |  |
| Sosyal Medya Kitapçığının belirtilen içerik ve formata uygun hazırlanması | 20% |  | Öğrencilerin marka için hazırlayacakları sosyal medya kitapçığı için derste öğrendikleri sosyal medya yönetim sürecini dikkate almaları gerekmektedir. (Kitapçıkta bulunması gereken bölümler değerlendirme ölçütlerinde belirtilmiştir) | **Sosyal Medya Kitapçığı**  Giriş  1. Marka Değerleri  2. Sosyal Medya Hesapları  3. Sosyal Medya Stratejisi  4. Sosyal Medya İlkeleri  5. Sosyal Medya Paylaşım Standartları |
| Toplam | 100% |  |  |  |

**Dersi Veren:** Adı Soyadı / Ünvanı /İmza/

Öğr. Gör. Aslı Albayrak / 11.01.2019