

Enstitüsü : **Sosyal Bilimler**
Anabilim Dalı : **İletişim Sanatları**
Programı : **İletişim Sanatları**
Tez Danışmanı : **Prof. Dr. Rengin Küçükerdoğan**
Tez Türü ve Tarihi : **Yükseklisans - Ağustos 2012**

ÖZET

PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE YENİ YAKLAŞIMLAR KAPSAMINDA SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI ve ETKİLİ KAMPANYA ÖRNEKLERİ **Erkan Bulut**

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler ve sosyal medya araçlarının yaygınlaşması, yaşamın her alanında olduğu gibi pazarlama alanında da yeni yaklaşımların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu kapsamda pazarlama kavramı, pazarlama karmaları, pazarlama anlayışları ve bilgi teknolojilerinin pazarlamayı ne şekilde etkilediği incelenmiştir.

Web 2.0 olarak adlandırılan bir dizi teknolojik gelişme, sosyal medya kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sosyal medya, geniş kitlelere internet içeriği oluşturma ve diğer kullanıcılar ve işletmelerle iletişim kurabilme olanığı tanımaktadır. Bu çalışmanın amacı pazarlama kavramını tarihsel süreci içerisinde değerlendirerek, sosyal medya kavramını ve sosyal medyanın pazarlama iletişimde ne gibi yeniliklere neden olduğunu araştırmaktır.

Bu çerçevede, sosyal medyanın siyasal pazarlama kapsamında kullanımı ve etkili kampanya örneği olarak Barack Obama'nın Kasım 2008 ABD başkanlık seçimlerinde yürüttüğü sosyal medya kampanyası incelenmiş; sosyal medya araçlarının siyasal pazarlama amacıyla kullanımı ve etkileri değerlendirilmiştir.

Çalışma, sosyal medyanın işletme bakış açısıyla ürün pazarlamasında yarattığı yenilikleri incelerken, siyasal pazarlama kapsamında sunduğu kazanımları da ortaya koymaya çalışmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Sosyal Medya, Sosyal Medya Araçları, Sosyal Medya Uygulamaları, Siyasal Pazarlama, İnternet

University : **Istanbul Kültür University**
Institute : **Institute of Social Sciences**
Department : **Arts of Communication**
Programme : **Arts of Communication**
Supervisor : **Prof. Dr. Rengin Küçükerođan**
Degree Awarded and Date : **MA - August 2012**

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA APPLICATIONS WITHIN THE SCOPE OF NEW APPROACHES TO MARKETING COMMUNICATION and EXAMPLES OF EFFECTIVE CAMPAIGNS

Erkan Bulut

Improvements in information technology and increased use of social media tools have resulted in development of new approaches in every area of life, including marketing. This study examines the concept of marketing, marketing mixes, marketing approaches and the impact of information technologies on marketing within this context.

A set of technological developments called Web 2.0 has resulted in emergence of a new concept: social media. Social media allows large masses to create web contents and communicate with other users and enterprises. The aim of this study is to assess the concept of marketing within its historical process and analyze the social media concept and the innovations introduced by social media to marketing communication.

To this aim, the social media campaign run by Barack Obama for US presidential election held in November, 2008 is examined as an example of an effective campaign and the use of social media in political marketing; and the use of social media tools in political marketing and the related outcomes are evaluated.

The study concentrates on the reforms created in product marketing through business perspective of social media, with an aim to introduce the gains produced in the area of political marketing.

Key Words: Social Media, Social Media Tools, Social Media Applications, Political Marketing, Internet