Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CNT416	Medias Sociaux	8	2	0	0	2	2

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Français
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	Les médias sociaux agissent comme une nouvelle interface pour de nombreuses applications technologiques en raison des derniers développements/changements technologiques et sociaux. L'objectif principal du cours est de permettre aux étudiant(e)s ayant reçu une formation intensive et uniquement d'ingénierie pendant quatre ans, de prendre conscience des effets des produits et des applications qu'elles/ils développent sur la société et l'individu. Le cours, qui sera enseigné d'un point de vue général au particulier, vise à sensibiliser l'étudiant aux réflexions des médias sociaux dans les domaines de la sociologie, du droit, de la psychologie, de l'anthropologie, de la communication et de technologie de l'information. Il s'agit de faire connaître aux étudiant(e)s l'histoire des médias sociaux, leur pouvoir sociologique, leur pouvoir médiatique et les caractéristiques qu'un nouveau produit et/ou application de médias sociaux doit posséder ainsi que le processus du traitement des données collectées en continu via les médias sociaux et leurs valeurs. Chaque partie du cours sera donnée par des experts de la domaine approprié. De plus, l'étudiant(e) sera soutenu(e) par des lectures supplémentaires.
Contenus	Semaine 1 : Introduction aux médias sociaux – Introduction générale du cours Semaine 2 : Définition de la « technologie » et de sa relation avec la société Semaine 3 : Un regard historique sur la relation entre technologie et société : Facteurs sociaux qui préparent le concept de médias sociaux Semaine 4 : Les rôles joués par les plateformes de médias sociaux dans la transformation des valeurs sociales Semaine 5 : Les effets des plateformes de médias sociaux sur l'individu Semaine 6 : Les rôles que jouent les ingénieurs et les rôles des ingénieurs dans la relation entre technologie et société Semaine 7 : Expériences de réalité de la société de l'information : Représentation de la réalité virtuelle dans la fiction Semaine 8 : Youtube comme culture participative Semaine 9 : Relations communautaires sur les médias sociaux Semaine 10 : Les médias sociaux comme nouvelle sphère publique Semaine 11 : Convergence des médias avec les médias sociaux et la technologie Internet 12.Semaine : Les médias sociaux en tant que média d'altérité : lynchage virtuel et altérisation Semaine 13 : Les sites de réseautage social en tant que type de communauté virtuelle - fonctionnant comme un canal de communication marketing Semaine 14 : Examen des réseaux sociaux du point de vue de la science des données
Ressources	Les articles acceptés dans la littérature en turc, anglais et français seront présentés aux étudiant(e)s comme lectures complémentaires tout au long du semetre

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction aux médias sociaux – Introduction générale du cours
2	Définition de la « technologie » et de sa relation avec la société
3	Un regard historique sur la relation entre technologie et société : Facteurs sociaux qui préparent le concept de médias sociaux
4	Les rôles joués par les plateformes de médias sociaux dans la transformation des valeurs sociales
5	Les effets des plateformes de médias sociaux sur la psychologie de l'individu
6	Les rôles que jouent les ingénieurs et les rôles des ingénieurs dans la relation entre technologie et société
7	Expériences de réalité de la société de l'information : Représentation de la réalité virtuelle dans la fiction

Semaine	Intitulés des Sujets
8	Une nouvelle culture participative: Youtube
9	Relations communautaires sur les médias sociaux
10	Les médias sociaux comme nouvelle sphère publique
11	Convergence des médias avec les médias sociaux et la technologie Internet
12	Les médias sociaux en tant que média d'altérité : lynchage virtuel et altérisation
13	Les sites de réseautage social en tant que type de communauté virtuelle - fonctionnant comme un canal de communication marketing
14	Examen des réseaux sociaux du point de vue de la science des données