

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, dijital pazarlama stratejileri, uygulamaları ve tüm dijital kanallar ve platformlara yönelik bilgi ve beceri kazandırmaktır.

Dersin İçeriği

Bu derste dijital pazarlama olgusu, önemli dijital pazarlama kanalları ve kullanımı incelenmektedir.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Ders Kaynağı: Ders ile ilgili çeşitli kaynaklardan yararlanarak hazırlanan ders notları, sunum ve Slaytlar.
Önerilen Kitap ise:
Gökşin, Emre, Dijital Pazarlamanın Temelleri, İstanbul: Abaküs Yay., 2017.Stratejik Dijital Pazarlama, Ed. Bil Erkan ve Özdemir Erkan (2021). İstanbul: Beta Yayınları.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Anlatım, Soryve cevap, Tartışma, Örnek Olay

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Dijital Dünyada vakit geçiren öğrencilerimizin derste anlatılan konular açısından kullandıkları dijital ortamları incelemeleri değerlendirmeleri tavsiye edilir.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim elemanı yardımcısı bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Teorik ve yüz yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Prof. Dr. Suzan Çoban

Program Çıktısı

1. Dijital pazarlama uygulamalarını teorik açıdan değerlendirebilir.
2. Dijital pazarlama kanallarını açıklayabilir.
3. Dijital dönüşümün işletme ve tüketiciler üzerine etkilerini açıklayabilir.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Ders Tanıtımı, Dijital Dönüşüm ve İşletmeler	
2	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Dijital pazarlama ve Yeni İş Fırsatları	
3	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Dijital pazarlamada stratejik yönetim	
4	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Dijital pazarlamada stratejik yönetim	
5	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Dijital pazarlamada ölçme ve değerlendirme: Dönüşüm Hunisi	
6	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) ve Arama Motoru Pazarlama	
7	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Web Sitesi ve İçeriği	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
8	Vize haftasına kadar anlatılan tüm konulardan sorumlusunuz.			Vize	
9	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Dijital pazarlamada İletişim ve reklamcılık	
10	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Adwords Reklamlar	
11	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Sosyal Medya Pazarlama	
12	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Mobil Pazarlama	
13	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	E-posta ve sms Pazarlama,	
14	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	İçerik Pazarlama	
15	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Soru-Cevap, Tartışma, Anlatım ve Örnek Olay	Bazı Bazarlama Yaklaşımları: Lokalizasyon Bazlı Pazarlama, SOLOMO Pazarlama, Etkileyici Pazarlama, Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	2,00
Ara Sınav Hazırlık	7	3,00
Final Sınavı Hazırlık	6	2,00
Teorik Ders Anlatım	14	3,00
Bütünleme	1	1,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Vize	40,00
Final	60,00

İşletme Bölümü / İŞLETME X Öğrenme Çıktısı İlişkisi

P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14	P.Ç. 15	P.Ç. 16	P.Ç. 17	P.Ç. 18	P.Ç. 19	P.Ç. 20	P.Ç. 21	P.Ç. 22	P.Ç. 23
Ö.Ç. 1										5						4					4	

P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14	P.Ç. 15	P.Ç. 16	P.Ç. 17	P.Ç. 18	P.Ç. 19	P.Ç. 20	P.Ç. 21	P.Ç. 22	P.Ç. 23
Ö.Ç. 2										5						4					4	
Ö.Ç. 3										5						4					4	

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Bu bölümü başarı ile bitiren öğrenciler: (1) İşletmeciliğin temel kavramları, işletmenin temel fonksiyonları, işletme biliminin tarihsel gelişimi, diğer bilim dallarıyla olan ilişkileri, işletmeler ve çevreleri, işletmenin amaçları, fizibilite etütleri, işletme işlevleri, firmalar arası işbirlikleri ve girişimcilik konularında ileri düzeyde bilgiye sahiptir ve bu konularda yönetsel kararları alır ve uygular.
- P.Ç. 2 :** Modern yönetim perspektifi ile örgütsel düzeyde analiz yapma ve tasarlama, işletme yönetiminin; planlama, örgütlenme, yürütme, koordinasyon ve denetim işlevlerini kavrama, anlatma ve uygulama konusunda bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 3 :** Stratejik yönetimin temel kavramları, stratejik yönetim süreci ve stratejik analiz ile strateji seçimi, stratejileri uygulama ve kontrol konularında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 4 :** Kamu ve özel kesimde karşılaşılan İnsan kaynakları yönetimi uygulamaları kapsamında yer alan; iş analizi, insan kaynakları temini ve seçimi ile kariyer ve performans değerlendirme ve ücretlendirme gibi konularda ileri düzeyde bilgi sahibi olur ve çalışma yaşamında bunlardan yararlanır.
- P.Ç. 5 :** Organizasyonlardaki insan ve insan davranışı ile algı, tutum ve kişilik gibi konuların yanı sıra son yıllarda örgütsel davranış alanında ortaya çıkan yeni kavram teknik ve uygulamalara ilişkin ileri düzeyde akademik bilgi ve birikime sahip olur.
- P.Ç. 6 :** Muhasebenin işletmeler açısından önemi, kapsamı, temel muhasebe kavramları, işletmelerin mali ve finansal rasyo ve tabloları hakkında teorik bilgilere sahip olma ve bu bilgileri kullanabilmelerini sağlar.
- P.Ç. 7 :** Maliyet muhasebesinin temel ilke ve tekniklerini kavrar ve tek düzen hesap planındaki maliyet hesapları hakkında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 8 :** Temel denetim ilke ve teknikleri ile denetimlerin raporlanması konuları hakkında bilgi sahibi olarak; etik, yasal çevre, denetim standartları ve hile konularında teorik ve uygulamaya yönelik bilgi ve beceri sahibi olur.
- P.Ç. 9 :** İşletme finansmanı konusunda temel bilgileri kavrama, kullanabilme, değerlendirme ve yorum yapabilme, ekonomik-sosyal ve mali gelişmeleri analiz edebilme, finansal sistemleri anlama, finansal planlama ve işletmelere ait mali tabloları yorumlama konularında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 10 :** Sermaye piyasaları ile yeni finansal teknikler konusunda bilgi sahibi olarak piyasalardaki gelişmeleri anlar, takip eder ve yorumlar.
- P.Ç. 11 :** Küreselleşme sürecinde işletmelerin sürekliliklerini sağlama noktalarında, Pazar araştırması, bilgi sistemleri, tüketici davranışları, stratejik pazarlama, küresel pazarlar, ürün ve hizmet stratejileri, ürün hayat eğrisi, fiyatlama, tedarik zinciri konularını anlar ve kavrar.
- P.Ç. 12 :** Matematik, istatistik ve ekonometri alanlarında beceri kazanma, sayısal verilerden faydalanarak geliştirilecek olan istatistiksel ve ekonometrik çözümlerle daha etkin kararlar alabilme, alınacak kararların sonuçlarını öngörebilme ve doğru tahminlerde bulunabilme ve sebep-sonuç ilişkilerini yorumlama becerisi kazanır.
- P.Ç. 13 :** Öğrencilerin gerçek hayata ilişkin karar verme problemlerini, doğrusal programlama tekniklerini kullanarak modelleyebilme, simpleks ve ulaştırma problemlerini kullanarak çözebilme ve elde edilen sonuçları teknik ve ekonomik açıdan yorumlayabilme becerilerini kazanmalarını sağlar.
- P.Ç. 14 :** Üretimde kullanılan yeni yaklaşımlar, Üretim yönetiminin temelleri, üretim sistemleri, kuruluş yeri seçimi, dağıtım planlaması ve başa baş analizi, tesisat yerleşimi, üretim planlaması konularında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 15 :** İş yaşamının hukuki, toplumsal ve ahlaki sorumluluklarını kavrar. Borçlar hukuku, kıymetli evrak hukuku, ticari işletme hukuku, vergi hukuku, medeni hukuk, iş ve sosyal güvenlik hukuku alanlarında temel bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 16 :** İşletme ve muhasebe alanlarında kullanılan yönetim bilgi sistemleri ve bilişim uygulamaları konusunda bilgi sahibi olur ve gerekli yazılımları kullanabilme becerisini edinir.
- P.Ç. 17 :** Analitik düşünme, bilişim teknolojileri başta olmak üzere işletmeciliğin çağdaş yöntem ve teknolojilerini kullanır.
- P.Ç. 18 :** Disiplin içi ve disiplinler arası takımlarla çalışma; yenilik ve değişime açık, girişimci yaşam boyu öğrenme davranışı kazanma; liderlik özelliklerine ve diğer alanlardaki yöneticilerle ve uzmanlarla eleştirel ve analitik iletişim kurabilme yeterliliğine ve becerisine sahip olur.
- P.Ç. 19 :** Sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar; bir yabancı dili en az. Avrupa Dil Portföyü B1 genel düzeyinde kullanır.
- P.Ç. 20 :** Bilimsel araştırma yapmak ve tez yazmak için araştırma yöntem ve tekniklerini kullanır.
- P.Ç. 21 :** Türkiye ve Dünya tarihinin yanısıra kültür ve coğrafya hakkında ayrıntılı bilgiye sahip olur.
- P.Ç. 22 :** Eğitim ve öğretimde sürekliliği hedefleyen "yaşam boyu öğrenme" bilincini artırarak, bilim, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeleri izler.
- P.Ç. 23 :** İşletme ve İktisat alanlarındaki meslekî İngilizce teknik terimleri ve kelimeleri kapsayan metinleri analiz edebilme ve yazabilme becerisine sahip olur.

Ö.Ç. 1 : Dijital pazarlama uygulamalarını teorik açıdan değerlendirebilir.

Ö.Ç. 2 : Dijital pazarlama kanallarını açıklayabilir.

Ö.Ç. 3 : Dijital dönüşümün işletme ve tüketiciler üzerine etkilerini açıklayabilir.