

Dersin Amacı

Günümüzde teknoloji büyük hızla gelişimine devam etmektedir ve bu gelişmeler pazarlama ilke ve stratejilerini etkilemektedir. Öğrencilerin pazarlama alanındaki bu önemli yenilikleri takip etmeleri ve dijital pazarlama kavramını iş hayatlarında kullanabilmeleri amaçlanmıştır.

Dersin İçeriği

Dijital pazarlama nedir, reklamcılık, kampanyalar, sosyal medya, sosyal medya reklamcılığı, e-ticaret, itibar, yeni satış teknikleri

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, Soru ve 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.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	Ders Tanıtımı, Dijital dönüşüm ve İşletmelerde dijitalleşme	
2	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	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.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	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.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	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.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	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.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	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.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	Web Sitesi ve İçeriği	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
8	Vize haftasına kadar anlatılan tüm konulardan sorumlusunuz.			Ara Sınav	
9	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	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.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	Adwords Reklamlar	
11	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	Sosyal Medya Pazarlama	
12	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	Mobil Pazarlama	
13	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	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.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	İçerik Pazarlama	
15	Haftalık ders içeriğine bakarak, ders notu ve Slayt olarak sisteme yüklenen metinlerde ve slaytlarda konu ile ilgili sayfa aralıklarını inceleyiniz.		Tartışma Yöntemi Anlatma Yöntemi Örnek Olay Yöntemi	Bazı pazarlama Yaklaşımları: Lokalizasyon Bazlı Pazarlama, SOLOMO Pazarlama, Etkileyici Pazarlama, Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Vize	1	1,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	2,00
Ara Sınav Hazırlık	7	3,00
Final Sınavı Hazırlık	6	2,00
Final	1	1,00
Bütünleme	1	1,00
Teorik Ders Anlatım	14	3,00
Laboratuvar	0	0,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	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
Ö.Ç. 1	1										3				
Ö.Ç. 2	1										3				
Ö.Ç. 3	1										3				

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Uluslararası ticaret, işletme yönetimi ve tedarik zinciri konusunda gerekli olan bilgi birikimi
- P.Ç. 2 :** Türk hukuk sistemi ile dış ticaret mevzuatına hâkim olma
- P.Ç. 3 :** Temel istatistik ve karar almada kullanılan modelleme yöntemlerine hâkim olma
- P.Ç. 4 :** İnsan ilişkileri, örgütsel davranış ve iletişim konusunda etkin olma
- P.Ç. 5 :** Çalıştığı sektörle ilgili üretim yönetimi ve süreçleri ile ilgili bilgi sahip olma
- P.Ç. 6 :** Uluslararası ekonomik gelişmeleri takip etme
- P.Ç. 7 :** Ulusal ve uluslararası pazar pozisyonlarında yer alabilme
- P.Ç. 8 :** Alanıyla ilgili finansal kararlar verebilme
- P.Ç. 9 :** Uluslararası ticari organizasyonlar ile iletişim kurabilme
- P.Ç. 10 :** Alanıyla ilgili muhasebeleştirme işlemlerini ve finansal tabloları hazırlayabilme ve yorumlayabilme
- P.Ç. 11 :** Uluslararası pazarlama stratejilerini, faaliyet gösterdiği pazar koşulları çerçevesinde değerlendirebilme ve uyarlayabilme
- P.Ç. 12 :** Farklı disiplinlerle uyumlu çalışabilme
- P.Ç. 13 :** Türkiye ve Dünya tarihinin yanı sıra kültür ve coğrafya hakkında ayrıntılı bilgiye sahip olur.
- P.Ç. 14 :** Sanatsal, kültürel ve sportif konulara ilişkin bireysel yeteneklerini geliştirir.
- P.Ç. 15 :** Sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar; bir yabancı dili en az. Avrupa Dil Portföyü B1 genel düzeyinde kullanır.
- 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.