BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME
(2019 - 2020) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
E-Pazarlama	YBS471	7	3 + 0	5,0	Seçmeli

Birim Bölüm	İşletme - Lisans (Yüz yüze)
Amaç	Bu dersin amacı, elektronik pazarlama tekniklerinin tanınması, kavranması ve bu teknikler arasındaki farklılıkları ayırt etme becerisinin öğrencilere kazandırılmasıdır.
Ders İçeriği	Dersin içeriğini internetin bir pazarlama aracı olarak kullanılması sürecinden başlayarak, pazar bölümlendirme, hedefleme yapma, pazarlama karmasının elektronik anlamda nasıl kullanıldığına değinilmesi ve ayrıca arama motoru pazarlaması, viral pazarlama, içerik pazarlaması, mobil pazarlama, e-WOM vb. güncel elektronik pazarlama konuları oluşturmaktadır.
Ders Kaynakları	Marangoz, Mehmet (2014), İnternette Pazarlama, Beta Yayınları.

Hafta	Konu
1	İnternetin Gelişimi ve Pazarlama Aracı Olarak Kullanımı
2	İnternette Pazarlamanın Tanımı, Kapsamı ve Gelişimi
3	İnternette Pazarlama Çevresi
4	İnternette Pazarlama Araştırması
5	İnternette Tüketici Davranışları
6	İnternet Ortamında Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Seçme
7	E-Ürün
8	Ara sınav
9	E-Fiyat
10	E-Tutundurma
11	E-Dağıtım ve Lojistik
12	İnternette Marka ve Konumlandırma
13	Elektronik Pazarlamada Diğer Konular
14	Elektronik Pazarlamada Diğer Konular

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	2	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	3	14
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	14
Ara Sınav 1		5	1
Final		7	1
Ödev (Sunum)		4	1
	Ders İş Yükü:	128	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	5,02	

Program Çıktıları	
1	Alan ile ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olma.
2	Girişimcilik ve liderliğin önemini bilme.
3	Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olma...
4	Alan ile ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olma.
5	Bireysel bilgi ve becerileri ile alanla ilgili kişi ve kurumlara düşünceleri yazılı ve sözlü olarak aktarabilme, onlara çözüm önerisi sunabilme.
6	Alan ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme.
7	Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme.
8	Alan ile ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutabilme ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilme
9	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verme.
10	İşletmenin iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözetecek şekilde ilişkilerini düzenleyebilme ve yönetebilme.
11	Bir yabancı dili işletmecilik alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilme.
12	Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12
Elektronik ortamda tüketici davranışları hakkında bilgi sahibi olur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Elektronik pazarlama araştırması hakkında bilgi edinir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Elektronik pazarlama kavramını tanımlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Elektronik pazarlama ile ilişkili konuları tanımlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Elektronik pazarlama ilgili genel bilgiler edinerek uygulama temeli kazanır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/182624