



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME
(2020 - 2021) Ders Bilgi Formu



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Dijital Pazarlama	İSL359	5	3 + 0	5,0	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - Lisans (Yüz yüze eğitim sınıf içi tartışma ve proje sunumları)				
Amaç	Bu dersin amacı dijital pazarlamanın geleceğini şekillendirebilecek eğilimleri anlamaktır. Bu ders, bir firmanın mal ve hizmetlerini etkili bir biçimde pazara sunmak ve e-işletme gerçeğini ve uygulamalarını bir pazarlamacı bakış açısıyla araştırabilmek amacıyla internet, e-posta, mobil ve interaktif TV gibi dijital medyanın nasıl uygulandığına dair bilgiyi geliştirme fırsatı sunacaktır.				
Ders İçeriği	Dijital pazarlamanın geleceğini şekillendirecek eğilimleri anlayarak, bir işletmenin mal ve hizmetlerini etkili bir şekilde pazara sunmak için dijital unsurlar açısından gerekli donanımlara sahip olmak.				
Ders Kaynakları	Dijital Pazarlama Stratejileri (Koray Odabaşı)				

Hafta	Konu
1	Tanıtım
2	Dijital Pazarlamaya Giriş
3	Çevrimiçi Pazar Yeri Analizi: Mikro Çevre
4	İnternette Makro Çevre
5	Dijital Pazarlama Stratejisi
6	İnternet ve Pazarlama Karması
7	Dijital Platformlar Yoluyla İlişkisel Pazarlama
8	Sosyal Medya Pazarlaması
9	İçerik Pazarlaması
10	Mobil Pazarlama
11	Arama Motoru Optimizasyonu
12	Dijital Medya Kanallarını Kullanarak Pazarlama İletişimi Uygulamaları
13	Dijital Medya için Kampanya Planlaması
14	Dijital Kanal Performansının Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesi

Program Çıktıları

- Alan ile ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olma.
- Girişimcilik ve liderliğin önemini bilme.
- Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olma...
- Alan ile ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olma.
- Bireysel bilgi ve becerileri ile alanla ilgili kişi ve kurumlara düşünceleri yazılı ve sözlü olarak aktarabilme, onlara çözüm önerisi sunabilme.
- Alan ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme.
- Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme.
- Alan ile ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutabilme ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilme
- Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verme.
- İşletmenin iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözeterek şekilde ilişkilerini düzenleyebilme ve yönetebilme.
- Bir yabancı dili işletmecilik alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilme.
- 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
Dijital pazarlama kavramını ve dijital pazarlama ile ilişkili kavramları tanımlayabilecek.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama ve dijital pazarlama arasında karşılaştırma yapabilecek.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dijital alandaki dönüşümünü tanımlayabilecek.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dijital pazarlama türlerini detaylı şekilde açıklayabilecek.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama kavramını tanımlayabilecek.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-