BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

SÖĞÜT MESLEK YÜKSEKOKULU

**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM**

(2021 - 2022) Ders Bilgi Formu

| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|---|---|---|---|---|---|
| E-Ticaret | MOS220 | 3 | 2 + 0 | 2,0 | Seçmeli |

| | |
|---|---|
| Birim Bölüm | Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Ön Lisans (Yüz yüze) |
| Amaç | İnternet uygulamalarına ilişkin bilgi eksikliklerini gidererek, İnternet üzerinden gerçekleştirilen pazarlama uygulamaları ile ilgili kavramları açıklamak |
| Ders İçeriği | Elektronik Ticaretin Tanımı/Türleri/ Tarihsel Gelişimi/İnternetin Tanımı/ İnternette Pazarlamaya Giriş/İnternette Pazarlama Araştırması/İntenet Bankacılığ/ İnternette Ödeme Sistemleri/Satışçıların Gözetim ve Kontrolü |
| Ders Kaynakları | İnternette Pazarlama - İbrahim KIRCOVA Electronic Commerce - Gary P. Schneider |

| Hafta | Konu |
|---|---|
| 1 | E-ticarete giriş |
| 2 | İnternet altyapısı: İnternet ve WWW teknolojisi |
| 3 | Web üzerinde satış: Kâr modelleri ve web kimliği yaratmak |
| 4 | Web üzerinde pazarlama |
| 5 | Endüstriyel pazarda faaliyetler: verimlilik artışı ve maliyetlerin azaltılması |
| 6 | Endüstriyel pazarda faaliyetler: verimlilik artışı ve maliyetlerin azaltılması |
| 7 | Sosyal ağlar oluşturma |
| 8 | Elektronik Ticarette Hukuki düzenlemeler |
| 9 | Mobil Ticaret |
| 10 | E-ticaret çevresi: Yasal, etik ve vergi kuralları |
| 11 | E-ticaret yazılım ve donanımları |
| 12 | E-ticaret güvenlik |
| 13 | Ödeme sistemleri |
| 14 | E-ticaret planlaması |

| Program Çıktıları | |
|---|---|
| 1 | Halkla ilişkiler disiplininin ve ilişkili olduğu disiplinlerin temel kavramlarının önemini kavrayabilme ve disiplinler arasındaki ilişkileri kurabilir. |
| 2 | Düşüncelerini ve sorunlara ilişkin çözüm önerilerini yazılı ve sözlü olarak aktararak alanı ile ilgili konularda ilgili kişi ve kurumları bilgilendirir, ikna edici mesajlar oluşturabilir. |
| 3 | Tüketici davranışı ve etkili iletişim becerileri konusunda yeterli bilgi ve uygulama düzeyine sahip olarak iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir. |
| 4 | Kurumun iç ve dış paydaşlarıyla ilgili iletişim sorunlarını, edindiği işletme yönetimi ve organizasyon alanındaki temel bilgilerle zorlu koşullarda dahi tespit edebilir, tanımlayabilir, analiz edip uygulayabilir. |
| 5 | Uluslararası platformdaki mesleki gelişmeleri ve yabancı literatürü takip edebilecek, uluslararası iş çalışmalarında kullanılabilecek orta düzeyde yabancı dil bilgi yeterliliğine sahiptir. |
| 6 | Temel hukuk bilgisi üzerinde iletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahiptir. Üstlenilen iletişim çalışmalarında hukuki sorumlulukların bilinciyle hareket eder. |
| 7 | Kurum ya da ürün/hizmete yönelik imaj ve itibar oluşumuna katkı sağlayabilecek iletişim çalışmalarının yapılması süreçleri ile ilgili yeterli düzeyde kuramsal ve uygulama bilgisine sahiptir. |
| 8 | Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açılarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir. |
| 9 | Edinilen disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir. |
| 10 | Edinilen disiplinler arası bilgileri, yine disiplinler arası bilimsel ve mesleki çalışmaları destekleyecek biçimde kullanabilir. |
| 11 | Halkla ilişkiler ve tanıtım alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür, |
| 12 | Yapılacak iletişim çalışmalarında takım çalışmasına uygun olarak sorumlulukları üstlenebilir ve takım ruhu bilinci ile hareket edebilir. |
| 13 | Mesleki, ahlaki ve etik sorumluluk bilincine sahiptir. |
| 14 | Sponsorluk, sosyal sorumluluk, kamuoyu araştırmaları, imaj yönetimi, işletme yönetimi, hukuk, medya iletişimi, siyasal iletişim ve lobicilik, ekonomi, propaganda, gibi kavramları uygulayabilme becerisi kazanır. |

**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 | PÇ 13 | PÇ 14 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Elektronik pazarlama kavramı tanımlanır. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Elektronik ticaret hakkında genel bilgiler ile uygulamalara yatkınlık kazanılır. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |