



| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|-----------------|---|---------|----------|------|---------|
| E-Pazarlama | YBS471 | 7 | 3 + 0 | 5,0 | Seçmeli |
| Birim Bölüm | İktisat - 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 Yüğü | Çalışma Türü / Öğretim Metotları | Süresi (Saat) | Sayısı |
|---|----------------------------------|---------------|--------|
| Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum | Sözlü | 2 | 14 |
| Dinleme ve anlamlandırma | Ders | 3 | 14 |
| Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme | Tartışmalı Ders | 3 | 14 |
| Ara Sınav 1 | | 5 | 1 |
| Final | | 7 | 1 |
| Ödev (Sunum) | | 4 | 1 |
| Ders İş Yüğü: | | 128 | |
| AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5): | | 5,02 | |

| Program Çıktıları | |
|-------------------|---|
| 1 | Alanıyla ilgili teorik ve güncel bilgilere sahip olmak. |
| 2 | Alanıyla ilgili kazanılan bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilmek, analitik ve stratejik düşünme yoluyla uygulamaya geçirebilme becerisini edinmek. |
| 3 | Alanı ve diğer disiplinler arasında bağlantı kurarak karar alabilme ve uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilme yetisini edinmek. |
| 4 | Alanıyla ilgili konularda bağımsız çalışabilme ve ekip çalışmalarının getireceği sorumluluklara da açık olmak. |
| 5 | Alanıyla ilgili kişi ve kurumlara, bireysel bilgi ve becerileri yardımıyla düşüncelerini yazılı ve sözlü olarak aktarabilme ve çözüm önerileri sunabilme becerisini kazanmak. |
| 6 | Alanının gerektirdiği düzeyde analiz araçlarını, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilme becerisine sahip olmak. |
| 7 | Alanıyla ilgili konularda, toplumsal refahı ve etik değerleri ön planda tutarak toplumun ihtiyaçlarını tespit edebilme ve çözüm önerileri sunabilmek. |
| 8 | Çalıştığı kurumun iç ve dış paydaşlarını göz ederek bütün paydaşların ilişkilerini düzenleyebilme ve yönetebilme becerisini edinmek. |
| 9 | Alanıyla ilgili konularda edindiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ömür boyu öğrenmeye açık olmak. |
| 10 | Alanıyla ilgili konularda edindiği bilgi ve becerileri sorgulayabilmek. |
| 11 | Farklı bilgi kaynakları yoluyla elde ettiği bilgileri sentezleyerek alanıyla ilgili sorunları yorumlayabilme ve bu sorunlara çözüm getirebilme becerisini kazanmak. |
| 12 | Öğrenim deneyimlerini yansıtabilme ve bununla ilgili dönütlere uyum sağlayabilme becerisini edinmek. |
| 13 | Alanıyla ilgili gelişmeleri takip edebilecek düzeyde yabancı dil bilmek. |

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 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|
| Elektronik pazarlama ilgili genel bilgiler edinerek uygulama temeli kazanır. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Elektronik pazarlama ile ilişkili konuları tanımlar. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Elektronik ortamda tüketici davranışları hakkında bilgi sahibi olur. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Elektronik pazarlama kavramını tanımlar. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Elektronik pazarlama araştırması hakkında bilgi edinir. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Ortalama Değer | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/314686>