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

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 Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	3	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	2	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	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 becerisi 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 gözeterek 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 kavramını tanımlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Elektronik pazarlama araştırması hakkında bilgi edinir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Elektronik pazarlama ile ilişkili konuları tanımlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Elektronik ortamda tüketici davranışları hakkında bilgi sahibi olur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/199949