



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME
(2025 - 2026) Ders Bilgi Formu



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
E-Pazarlama	YBS471	8	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 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 Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
2 Alan ile ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.
3 Alan ile ilgili konularda bireysel ve ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
4 Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır..
5 Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir.
6 Alanındaki gelişmeleri takip edebilecek düzeyde Türkçe ve bir yabancı dil bilgisine sahip olur ve yazılı-sözlü iletişim kurma yetkinliği kazanır.
7 Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirir ve sorunları kavrar.
8 Farklı disiplinlerden edinilen bilgileri analitik ve eleştirel bir şekilde değerlendirilerek, işletme uygulamalarına katkı sağlayacak yenilikçi çözümler üretir.
9 Ulusal ve uluslararası bir işletme kurabilme, yönetme ve sürekliliğini sağlayabilme becerisi kazanır.
10 Nitel ve nicel verilerden faydalanarak ekonomik ve sosyal konularda istatistiksel çözümlemeler ile daha etkin kararlar alır.
11 Küresel olarak değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirleyerek, güncel talepleri karşılayabilecek ürün ve hizmetler üretir ve sunar.
12 Finansal tabloları ve verileri anlayarak işletmenin mali durumunu değerlendirir, finansal kararlar alır.
13 İşletmelerin hukuki süreçleri, sürdürülebilirlik ve etik konusundaki sorumlulukları hakkında bilgi sahibi olur ve bu konular bağlamında kararlar alırlar.

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/363707>