



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
İnternet ve Mobil Pazarlama	REK228	4	3 + 0	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze eğitim)				
Amaç	Elektronik pazardaki yeni işletmecilik anlayış ve uygulamalarını incelemek, internette pazarlama uygulamalarını, pazar türlerini, marka geliştirmeyi, sosyal medyanın etkisini, işletme dinamiklerini, internette pazarlama karmasının oluşturulması ve pazarlama araştırması süreci konusunda bilgilendirerek, bu konuda son yıllarda yapılmış ampirik çalışmalarını değerlendirmek.				
Ders İçeriği	İnternetin Tarihi ve Gelişimi, İnternetin Kültürel, Toplumsal ve Ekonomik Etkileri, Mobil Teknolojiler ve Gelişimi, Mobil Teknolojiler ve İnternet, Pazarlama ve Tarihsel Gelişimi, İnternet ve Pazarlama İlişkisi, Mobil Teknolojilerin Pazarlamaya Etkisi, Mobil Pazarlamanın Temelleri, Mobil Ticaret, Mobil Pazarlama Stratejileri, Mobil Pazarlama Kampanyası, Mobil Pazarlama ve Pazarlama İletişimi, Mobil Pazarlama ve Müşteri İlişkileri, İnternet ve Mobil Pazarlama ve Veri Madenciliği İlişkisi, Mobil Pazarlamanın Etik ve Hukuksal Boyutları, Türkiye'den ve Dünyadan Başarılı Mobil Pazarlama Örnekleri.				
Ders Kaynakları	İbrahim Kircova, İnternette Pazarlama, Beta Yayınları, 2008, İstanbul, Ramazan Aksoy, İnternet Ortamında Pazarlama, Seçkin Yayınevi, 2009				

Hafta	Konu
1	İnternet Mobil Teknolojilerinin Kültürel ve Toplumsal Boyutu 1
2	İnternet Mobil Teknolojilerinin Kültürel ve Toplumsal Boyutu 2
3	Mobil Pazarlamanın Temelleri 1
4	Mobil Pazarlamanın Temelleri 2
5	Mobil Ticaret 1
6	Mobil Ticaret 2
7	Mobil Reklam
8	Başarılı Bir Mobil Pazarlama Kampanyası Özellikleri ve Dünyadan Örnekler 1
9	Başarılı Bir Mobil Pazarlama Kampanyası Özellikleri ve Dünyadan Örnekler 2
10	Türkiye'de İnternet ve Mobil Pazarlama 1
11	Türkiye'de İnternet ve Mobil Pazarlama 2
12	İnternet ve Mobil Pazarlamada Veri ve Veri Madenciliği 1
13	İnternet ve Mobil Pazarlamada Veri ve Veri Madenciliği 2
14	İnternet ve Mobil Pazarlamanın Etik ve Hukuksal Boyutları

Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmeye kullanma becerisine sahiptir.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir.
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir.
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır.
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar.
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilmeye, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir.
- Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir.

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
İnternet ve Mobil Teknolojilerin Kültürel ve Toplumsal boyutlarına farklı yaklaşımları ayırt edip ifade eder.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mobil Pazarlama kavramını ve temellerini ifade eder.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Türkiye'de İnternet ve mobil pazarlamanın durumunu anlayıp tartışır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Veri ve Veri madenciliği hakkında bilgi sahibi olur ve önemini tartışır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İnternet ve mobil pazarlamanın etik ve hukuksal boyutlarını ifade eder ve örnekleri bu açıdan değerlendirir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-