



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
Dijital Pazarlama	İSL359	5	3 + 0	5,0	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - Lisans (Yüz yüze eğitim sınıf içi tartışma ve proje sunumları)				
Amaç	Bu dersin amacı dijital pazarlamanın geleceğini şekillendirebilecek eğilimleri anlamaktır. Bu ders, bir firmanın mal ve hizmetlerini etkili bir biçimde pazara sunmak ve e-işletme gerçeğini ve uygulamalarını bir pazarlamacı bakış açısıyla araştırabilmek amacıyla internet, e-posta, mobil ve interaktif TV gibi dijital medyanın nasıl uygulandığına dair bilgiyi geliştirme fırsatı sunacaktır.				
Ders İçeriği	Dijital pazarlamanın geleceğini şekillendirecek eğilimleri anlayarak, bir işletmenin mal ve hizmetlerini etkili bir şekilde pazara sunmak için dijital unsurlar açısından gerekli donanımlara sahip olmak.				
Ders Kaynakları	Dijital Pazarlama Stratejileri (Koray Odabaşı)				

Hafta	Konu
1	Tanıtım
2	Dijital Pazarlamaya Giriş
3	Çevrimiçi Pazar Yeri Analizi: Mikro Çevre
4	İnternette Makro Çevre
5	Dijital Pazarlama Stratejisi
6	İnternet ve Pazarlama Karması
7	Dijital Platformlar Yoluyla İlişkisel Pazarlama
8	Sosyal Medya Pazarlaması
9	İçerik Pazarlaması
10	Mobil Pazarlama
11	Arama Motoru Optimizasyonu
12	Dijital Medya Kanallarını Kullanarak Pazarlama İletişimi Uygulamaları
13	Dijital Medya için Kampanya Planlaması
14	Dijital Kanal Performansının Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesi

Program Çıktıları

- Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
- Alan ile ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.
- Alan ile ilgili konularda bireysel ve ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
- Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır..
- Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir.
- Alanındaki gelişmeleri takip edebilecek düzeyde Türkçe ve bir yabancı dil bilgisine sahip olur ve yazılı-sözlü iletişim kurma yetkinliği kazanır.
- Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirir ve sorunları kavrar.
- Farklı disiplinlerden edinilen bilgileri analitik ve eleştirel bir şekilde değerlendirerek, işletme uygulamalarına katkı sağlayacak yenilikçi çözümler üretir.
- Ulusal ve uluslararası bir işletme kurabilme, yönetme ve sürekliliğini sağlayabilme becerisi kazanır.
- Nitel ve nicel verilerden faydalanarak ekonomik ve sosyal konularda istatistiksel çözümlemeler ile daha etkin kararlar alır.
- Küresel olarak değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirleyerek, güncel talepleri karşılayabilecek ürün ve hizmetler üretir ve sunar.
- Finansal tabloları ve verileri anlayarak işletmenin mali durumunu değerlendirir, finansal kararlar alır.
- 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
Dijital pazarlama kavramını ve dijital pazarlama ile ilişkili kavramları tanımlayabilecek.	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4
Pazarlama ve dijital pazarlama arasında karşılaştırma yapabilecek.	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
Dijital alandaki dönüşümünü tanımlayabilecek.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
Dijital pazarlama türlerini detaylı şekilde açıklayabilecek.	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5
Pazarlama kavramını tanımlayabilecek.	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5
Ortalama Değer	5	4	5	5	5	4,8	4,8	4,8	4,8	5	2	5	4,8