

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ**

DERS BİLGİ FORMU

Dersin Ayrıntıları

Dersin Adı	Dijital Pazarlama			
Dersin Kodu	Sınıfı	Yarıyılı	T+U+L Saat	AKTS
BWL007	3 ve/veya 4	Seçmeli	4+0+0	6

Dersin Dili	Almanca				
Dersin Düzeyi	Lisans	X	Yüksek Lisans		Doktora
Bölümü/Programı	İşletme				
Eğitim Türü	Yüz yüze				
Dersin Türü	Zorunlu		Seçmeli		X
Dersin Amacı	Öğrencileri, dijital pazarlama kavramı, dijital pazarlama stratejileri ve önemli dijital pazarlama kanalları, dijital medyanın pazarlama karması üzerine etkisi ve dijital pazarlama performansını değerlendirme yolları hakkında bilgilendirmek				
Dersin İçeriği	<ul style="list-style-type: none">- Dijital Pazarlamaya Giriş- Dijital Pazarlama Stratejisi- Dijital Pazarlama Kanalları- Dijital Medyanın ve Teknolojinin Pazarlama Karması Üzerindeki Etkisi- Dijital Medya Kampanyası Planlaması- Dijital Kanal Performansını Ölçme ve Değerlendirme				
Ön Koşulları	-				
Dersin Koordinatörü	Prof. Dr. Ela Sibel BAYRAK MEYDANOĞLU				
Dersi Verenler	Prof. Dr. Ela Sibel BAYRAK MEYDANOĞLU				
Dersin Yardımcıları	Henüz belli değil				
Dersin Staj Durumu	-				

Ders Kaynakları

Ders Kitabı	<ol style="list-style-type: none">1. Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte - Instrumente - Checklisten, Ralf T. Kreutzer, Springer Gabler, 2018.2. Digital Marketing: Grundlagen der Absatzpolitik in der Digitalen Wirtschaft, Tobias Kollmann, Kohlhammer, 2019.3. Digital Marketing: Dave Chaffey, Pearson, 2019.4. Online-Marketing-Konzeption, Erwin Lammenett, Independently, 2019.5. Digital Marketing Fundamentals: From Strategy to ROI, Marjolein Visser, Berend
--------------------	--

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ**

DERS BİLGİ FORMU

	Sikkenga, Mike Berry, Wolters-Noordhoff B.V., 2018. 6. Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, Dave Chaffey , P. R. Smith, Taylor & Francis, 2017.
Diğer Kaynaklar	1. Digital Marketing: Strategic Planning & Integration, Annmarie Hanlon, SAGE Publications, 2019.

Materyal Paylaşımı

Dokümanlar	Ders için hazırlanmış ders sunumları, vaka analizleri
Ödevler	-
Sınavlar	-

Dersin Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	%
Mühendislik Bilimleri	35%
Mühendislik Tasarımı	%
Sosyal Bilimler	5%
Eğitim Bilimleri	%
Fen Bilimleri	%
Sağlık Bilimleri	%
Alan Bilgisi	60%

Değerlendirme Sistemi

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayısı	Katkı%
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav		%
Ödev		%
Devam		%
Uygulama		%
Proje	1 veya 2 (Sunum)	%20
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%40

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ**

DERS BİLGİ FORMU

Toplam	3 veya 4	%100
---------------	----------	------

AKTS / İş Yüğü Tablosu

Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü(Saat)
Ders Süresi	12 veya 13	4	48 veya 52
Sınıf Dışı Ç. Süresi	15	8	120
Ödevler			
Sunum/Seminer Hazırlama			
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama			
Laboratuvar			
Proje	1 veya 2	4	4 veya 8
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yüğü		180	
Toplam İş Yüğü / 30 (s)		6	
Dersin AKTS Kredisi		6	

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
1	Detaylı ve derinlemesine dijital pazarlama bilgisi edinebilme
2	Öğrenilenleri vaka analizleri ile pratik problemlere uygulayabilme

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dokümanlar
1	Dijital Pazarlamaya Giriş: Dijital Pazarlama Tanımı, Dijital Pazarlama vs Geleneksel Pazarlama, Dijital Pazarlamanın Gelişimi	Ders sunumları, önerilen ders kitapları	Ders sunumları
2	Dijital Pazarlama Stratejisi: Stratejinin Kapsamı, Strateji Geliştirme Süreci Adımları (Durum Analizi,	Ders sunumları, önerilen ders	Ders sunumları

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ**

DERS BİLGİ FORMU

	Amaç ve Hedeflerin Belirlenmesi, Strateji Oluşturma, Strateji Uygulama)	kitapları	
3	Dijital Pazarlama Kanalları: Arama Motoru Optimizasyonu, Arama Motoru Pazarlaması, E-Posta Pazarlaması	Ders sunumları, önerilen ders kitapları	Ders sunumları
4	Dijital Pazarlama Kanalları: Yeniden Pazarlama ve Web Siteleri, Satış Ortaklığı Pazarlama, İçerik Pazarlama	Ders sunumları, önerilen ders kitapları	Ders sunumları
5	Dijital Pazarlama Kanalları: Sosyal Medya Pazarlama	Ders sunumları, önerilen ders kitapları	Ders sunumları
6	Dijital Pazarlama Kanalları: Mobil Pazarlama, Pazarlamada Artırılmış Gerçeklik Teknolojisi Uygulamaları	Ders sunumları, önerilen ders kitapları	Ders sunumları
7	Öğrenci sunumları ya da Vaka Analizleri		Öğrenci sunumları ya da vaka analizleri
8	Öğrenci sunumları ya da Vaka Analizleri		Öğrenci sunumları ya da vaka analizleri
9	Ara Sınav		
10	Dijital Medyanın ve Teknolojinin Pazarlama Karması Üzerindeki Etkisi	Ders sunumları, önerilen ders kitapları	Ders sunumları
11	Dijital Medya Kampanyası Planlaması	Ders sunumları, önerilen ders kitapları	Ders sunumları
12	Dijital Kanal Performansını Ölçme ve Değerlendirme: Performans Yönetimi Sistemi, Dijital Pazarlama Metrikleri	Ders sunumları, önerilen ders kitapları	Ders sunumları
13	İşletmeden Tüketicisyeye, İşletmeden İşletmeye Dijital Pazarlama Uygulaması	Ders sunumları, önerilen ders kitapları	Ders sunumları
14	Öğrenci sunumları		Öğrenci sunumları
15	Öğrenci sunumları		Öğrenci sunumları

Dersin Program Çıktılarına Katkısı

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
TÜM	5	4	3	2	2	4	5	4	1	3	2
Ö1	5	4	3	2	2	4	5	4	1	3	2
Ö2	5	4	3	2	2	4	5	4	1	3	2

Katkı Düzeyi: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ**

DERS BİLGİ FORMU

Hazırlayan:	Prof. Dr. Ela Sibel BAYRAK MEYDANOĞLU
Güncelleme Tarihi:	06.03.2020