

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
DİJİTAL PAZARLAMA	MIS4112151	Güz Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler	Pazarlamanın İlkeleri, Tüketici Davranışı, E-Ticaret				
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Fatih PINARBAŞI				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Fatih PINARBAŞI				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, dijital pazarlama ilkeleri, dijital pazarlama ile ilgili temel kavramlar, dijital pazarlama çevresi ve araçları ile ilgili konularda öğrencileri bilgilendirmektir.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Dijital Pazarlamaya Giriş,Dijital Pazarlama Temelleri,Çevrimiçi pazaryeri analizi: Mikro Çevre,Dijital Makro Çevre,Dijital Pazarlama Stratejisi,Dijital Markalama ve Pazarlama Karması / I,Dijital Markalama ve Pazarlama Karması / II,Dijital platformları kullanarak veriye dayalı ilişkisel pazarlama,Dijital Müşteri Deneyimi Sunmak,Dijital Medya için Kampanya Planlaması,Dijital Medya Kanalları Kullanarak Pazarlama İletişimi / I,Dijital Medya Kanalları Kullanarak Pazarlama İletişimi / II,Dijital Kanal Performansının Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesi / I,Dijital Kanal Performansının Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesi / II; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1. Dijital pazarlamaya ilişkin temel konuları ifade edebilecektir.				10, 12, 13, 16, 9	A
1.1. Dijital pazarlama kavramını açıklar.				10, 12, 13, 16, 9	A
1.2. Pazar türlerini sınıflar.				10, 12, 13, 16, 9	A
1.3. Mikro ve Makro pazarları karşılaştırır.				10, 12, 13, 16, 9	A
2. Dijital Pazarlama yöneticilerinin karşılaşılabilecekleri sorunları çözebilecektir.				10, 12, 13, 16, 9	A
2.1. Tüketicilerin dijital satınalma kararlarını değerlendirir.				10, 12, 13, 16, 9	A
2.2. Örgütsel pazarda dijital satınalma karar sürecini değerlendirir.				10, 12, 13, 16, 9	A
2.3. Pazar bölümlendirmesini planlar.				10, 12, 13, 16, 9	A
3. Dijital Pazarlama bileşenlerini açıklayabilecektir				10, 12, 13, 16, 9	A
3.1. Dijital Pazarlama bileşenlerini kullanır.				10, 12, 13, 16, 9	A
3.2. Tutundurma faaliyetlerini planlar.				10, 12, 13, 16, 9	A
3.3. Dağıtım kanallarını karşılaştırır.				10, 12, 13, 16, 9	A
4. Dijital müşteri deneyimi bileşenlerini açıklayabilecektir.				10, 12, 13, 16, 9	A
4.1. Dijital müşteri deneyimi kavramını açıklar.				10, 12, 13, 16, 9	A
4.2. Dijital müşteri deneyimi kavramının bileşenlerini tanımlar.				10, 12, 13, 16, 9	A
4.3. Dijital müşteri deneyimi ve müşteri tatmini arasındaki ilişkiyi açıklar.				10, 12, 13, 16, 9	A
5. Dijital kanal performansı değerlendirmesini açıklayabilecektir.				10, 12, 13, 16, 9	A
5.1. Dijital kanal performansı metriklerini açıklar.				10, 12, 13, 16, 9	A
5.2. Platform bazlı performans metriklerini tanımlar.				10, 12, 13, 16, 9	A
5.3. Dijital kanal performansını değerlendirir.				10, 12, 13, 16, 9	A
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 12: Problem Çözme Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Dijital Pazarlamaya Giriş				
2	Dijital Pazarlama Temelleri				
3	Çevrimiçi pazaryeri analizi: Mikro Çevre				
4	Dijital Makro Çevre				
5	Dijital Pazarlama Stratejisi				
6	Dijital Markalama ve Pazarlama Karması / I				
7	Dijital Markalama ve Pazarlama Karması / II				
8	Dijital platformları kullanarak veriye dayalı ilişkisel pazarlama				
9	Dijital Müşteri Deneyimi Sunmak				
10	Dijital Medya için Kampanya Planlaması				
11	Dijital Medya Kanalları Kullanarak Pazarlama İletişimi / I				
12	Dijital Medya Kanalları Kullanarak Pazarlama İletişimi / II				
13	Dijital Kanal Performansının Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesi / I				
14	Dijital Kanal Performansının Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesi / II				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar

- Digital Marketing, 8th Edition, Pearson, Dave Chaffey and Fiona Ellis-Chadwick, 2022. Marketing in the Round: How to Develop an Integrated Marketing Campaign in the Digital Era, Gini Dietrich & Geoff Livingston, Que Pub, 2012
- Principles of Marketing, 18th edition, Pearson, 2021, Philip Kotler Northwestern & Gary Armstrong - 9780136713982