

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	e- Marketing / e- Marketing	
Ders Kodu / Course Code	9204015172015	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Second Cycle / Second Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı e-pazarlamanın pazarlama stratejisi içindeki rolünü anlamak ve siber pazarlardaki gelişmeleri analiz etmektir.	•The aim of this course is to provide e-marketing subjects over students' basic marketing backgrounds and give the developments in Internet and marketing for business to consumer and business to business markets.
İçeriği / Content	Bu derste çevrimiçi ve çevrimdışı araçların entegre kullanımıyla güçlenen pazarlama karmaşı aktarılacaktır. E-pazarlama ve özellikleri, e-pazarlama ve e-ticaret arasındaki ilişki tartışılacaktır. Çeşitli firmaların e-pazarlama planları incelenecektir.	In this course, the context of e-marketing will be given and with the technological improvements the electronic tools that are used in customer communication; customer support etc. will be discussed. The integrated use of online and offline tools in marketing will be communicated. The factors enforcing the transformation from traditional to modern approach and modern marketing strategies and the development of marketing will be explained. Moreover, e-marketing and the characteristics of e-marketing, internet, intranet and extranet and the relationship between e-business and e-commerce will be discussed.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	<ul style="list-style-type: none"> •E-Marketing 5/E, by Judy Strauss, Raymond Frost, Prentice Hall •Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 4/E Dave Chaffey , Fiona Ellis-Chadwick, Kevin Johnston, Richard Mayer, Prentice Hall, 2009 •Digital Business: Concepts and Strategies, 2/E, Eloise Coupey, Prentice Hall, 2005 Internet Marketing, Barbara Cox, William Koelzer, Prentice Hall 2004 	<ul style="list-style-type: none"> •E-Marketing 5/E, by Judy Strauss, Raymond Frost, Prentice Hall •Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 4/E Dave Chaffey , Fiona Ellis-Chadwick, Kevin Johnston, Richard Mayer, Prentice Hall, 2009 •Digital Business: Concepts and Strategies, 2/E, Eloise Coupey, Prentice Hall, 2005 Internet Marketing, Barbara Cox, William Koelzer, Prentice Hall 2004

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	DOÇ. DR. KETİ VENTURA	
--	-----------------------	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Bir web sitesinin gelişim basamaklarını kategorize edebilmek	Past, Present, and Future of Marketing
2	E-pazarlama aktivitelerinin maksimum pazarlama faydası için kullanılabilmesi	Strategic E-Marketing and Performance Metrics

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Elektronik Pazarlamaya Giriş				
	Past, Present, and Future of Marketing				
2	Stratejik Elektronik Pazarlama ve Performans Ölçütleri				
	Strategic E-Marketing and Performance Metrics				
3	E-Pazarlama Planı				
	The E-Marketing Plan				
4	E-Müşteri				
	A World of E-Marketing Opportunities				
5	E-Araçlar				
	Ethical and Legal Issues				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	E-Pazarlama Araştırması				
	E-Marketing Research				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Çevrimiçi Tüketici Davranışı				
	Consumer Behavior Online				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Bölümleme ve Hedefleme Stratejileri				
	Segmentation And Targeting Strategies				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün: Çevrimiçi Teklif				
	Differentiation and Positioning Strategies				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatlandırma: Çevrimiçi Değer				
	Product: The Online Offer				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Dağıtım için İnternet				
	Pricing: The Online Value				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem projesi sunumları				
	The Internet for Distribution				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem projesi sunumları				
	E-Marketing Communication Tools				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem projesi sunumları				
	New Digital Media and Customer Relationship Management				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ödev Problemleri için Bireysel Çalışma / Individual Study for Homework Problems	7	12.00	84.00
Bireysel Çalışma / Self Study	16	5.00	80.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	5	1.00	5.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Ara Sınav için Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	5	1.00	5.00
Toplam / Total:	35	21.00	176.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 176.00/30.00 = 5.87 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 176.00 / 30.00 = 5.87 ~

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes																
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15	1.1.16	1.1.17
1.Bir web sitesinin gelişim basamaklarını kategorize edebilmek / Past, Present, and Future of Marketing	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	5	5	5	
2.E-pazarlama aktivitelerinin maksimum pazarlama faydası için kullanılabilmesi / Strategic E-Marketing and Performance Metrics	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high