

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	E-MARKETING / E-MARKETING	
Ders Kodu / Course Code	11320203E11826	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	First Cycle / First Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
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	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	English / English	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı öğrencilerin temel pazarlama bilgileri üzerine e-pazarlama kavramlarını ve e-pazarlamaya ilişkin işletmeden işletmeye ya da işletmeden tüketiciye yapılan e-ticaret pazarlarındaki gelişmeleri vermektir.	•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 E-pazarlamanın kapsamı aktarılacak, günümüzde artan teknolojik gelişmeler sayesinde pazarlama iletişimde, müşteri destek hizmeti gibi alanlarda çevrimiçi mecranın kullanımı tartışılacaktır. Çevrimiçi ve çevrimdışı araçların entegre kullanımıyla güçlenen pazarlama karması aktarılacaktır. Geleneksel pazarlama yöntemlerinden modern yöntemlere dönüşüme yol açan faktörler, modern pazarlama yöntemleri ve pazarlamanın gelişimi açıklanacaktır. Bundan başka, e-pazarlama ve özellikleri, e-pazarlama ve e-ticaret arasındaki ilişki tartışılacaktır.	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	Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing. Pearson Frost, R. D., & Strauss, J. (2016). E-marketing. Pearson. Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 4/E Digital Business: Concepts and Strategies, 2/E, Eloise Coupey, Prentice Hall, 2005 Internet Marketing, Barbara Cox, William Koelzer, Prentice Hall 2004	Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing. Pearson Frost, R. D., & Strauss, J. (2016). E-marketing. Pearson. Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 4/E Digital Business: Concepts and Strategies, 2/E, Eloise Coupey, Prentice Hall, 2005 Internet Marketing, Barbara Cox, William Koelzer, Prentice Hall 2004

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Bir web sitesinin gelişim basamaklarını kategorize edebilmek	To be able to categorise a web site's evolutionary stage
2	E-pazarlama aktivitelerinin maksimum pazarlama faydası için kullanılabilmesi	To be able to ensure e-Marketing activities are leveraged for maximum marketing benefits
3	Pazarlama planında kullanılacak yeni elektronik modellerin önerilmesi	To be able to draw new e-Models which could be used in a marketing plan
4	Farklı e-pazarlama araçlarını karşılaştırıp farklılıkları ortaya koyabilmek	To be able to compare and contrast different e-Marketing tools
5	Kaynak bütçelemesinin öneminin anlaşılması	To be able to demonstrate an understanding of the importance of resource budgeting
6	Çevrimiçi ve çevrim dışı mekanizmaları entegre olarak kullanıp, taslak bir e-pazarlama planı hazırlamak	To be able to draw up an outline e-Marketing Plan which integrates online and offline and control mechanisms.

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 E-Marketing				
2	Stratejik Elektronik Pazarlama ve Performans Ölçütleri				
	Strategic E-Marketing and Performance Metrics				
3	E-Pazarlama Planı				
	The E-Marketing Plan				
4	Global E-Pazarlar				
	Global E-Markets				
5	E-Pazarlama Araştırması				
	E-Marketing Research				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Çevrimiçi Tüketici Davranışı				
	Consumer Behavior Online				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Bölümlenme, Hedefleme, Farklılaşma ve Konumlandırma Stratejileri				
	Segmentation, Targeting, Differentiation, and Positioning Strategies				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Arasınan				
	Midterm				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Bölümlenme, Hedefleme, Farklılaşma ve Konumlandırma Stratejileri				
	Segmentation, Targeting, Differentiation, and Positioning Strategies				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün: Çevrimiçi Teklif				
	Product: The Online Offer				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatlandırma: Çevrimiçi Değer				
	Pricing: The Online Value				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Dağıtım için İnternet				
	The Internet for Distribution				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Sunumları				
	Project Presentations				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Sunumları				
	Project Presentations				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Sunumları				
	Project Presentations				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final sınavı				
	Final exam				

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)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Derse Katılım / Attending Lectures	16	3.00	48.00
Uygulama/Pratik / Practice	14	3.00	42.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	10	2.00	20.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	2.00	40.00
Toplam / Total:	62	14.00	154.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 154.00/30.00 = 5.13 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 154.00 / 30.00 = 5.13 ~

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.Bir web sitesinin gelişim basamaklarını kategorize edebilmek / To be able to categorise a web site's evolutionary stage	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
2.E-pazarlama aktivitelerinin maksimum pazarlama faydası için kullanılabilmesi / To be able to ensure e-Marketing activities are leveraged for maximum marketing benefits	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
3.Pazarlama planında kullanılabilecek yeni elektronik modellerin önerilmesi / To be able to draw new e-Models which could be used in a marketing plan	2	4	5	4	3	2	4	2	4	3	3	3	3
4.Farklı e-pazarlama araçlarını karşılaştırıp farklılıkları ortaya koyabilmek / To be able to compare and contrast different e-Marketing tools	5	5	5	5	5	3	2	3	3	4	5	5	5
5.Kaynak bütçelemesinin önemini anlaşılması / To be able to demonstrate an understanding of the importance of resource budgeting	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
6.Çevrimiçi ve çevrim dışı mekanizmaları entegre olarak kullanıp, taslak bir e-pazarlama planı hazırlamak / To be able to draw up an outline e-Marketing Plan which integrates online and offline and control mechanisms.	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3

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