

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
İnternet ve Mobil Pazarlama	NM 407	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	6
Akademik Birim:	Yeni Medya Bölümü					
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Levent SOYSAL					
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerden: - İnternet ve mobil pazarlamanın temel pratiklerini anlamaları - Yeni pazarlama konseptleri, metodlarına aşina olmaları, - Bir pazarlama stratejisi geliştirmeleri - Gerçek bir olayın pazarlama kampanyasını planlamaları Beklenmektedir.					
Dersin İçeriği:	Bu ders, öğrencilere internet ve mobil araçlarında, pazarlamanın değişen ve yenilenen konseptlerini tanıtmayı içermektedir. Pazarlamayı yeni araçlarında, internet ve mobil pazarlama nosyonunu ve türlerini, internet ve mobil kanalların birbirlerini tamamlayarak anlamayı içermektedir. Dersin içeriği vaka çalışmaları ve konuk konuşmacılar ile desteklenmektedir.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	1- Klasik pazarlamanın ve internet ve mobil pazarlamanın temellerini ve farklılıklarını yorumlayabilmek 2- İnternet ve mobil araçların farklarını belirleyebilmek 3- Farklı pazarlama yöntemlerini yeni araçlarında anlayabilmek 4- Pazarlama kampanyası yaratma, geliştirme, planlama ve başlatma becerisini kazanmak 5- bu alanın çevirisi henüz girilmemiş.					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Sunumlar ve interaktif dersler Ödevler ve projeler: öğrencilerin düzenli olarak ödevlerini ve projelerini teslim etmesi beklenmektedir. Dönem projesi: öğrencileri gerçek bir marka üzerinden internet ve mobil pazarlama stratejisi geliştirmek.					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Derse giriş	Yok
2	Pazarlamada temel kavramlar	Dersin okumaları
3	Yeni ortamda pazarlama	Dersin okumaları
4	İnternet pazarlama yöntemleri	Dersin okumaları
5	İnternet pazarlama yöntemleri 2	Dersin okumaları
6	İnternet pazarlamasında tamamlayıcı kavramlar	Dersin okumaları
7	SoLoMo kavramı	Dersin okumaları

8	Mobil pazarlamayı tanımlama	Dersin okumaları
9	İzinli pazarlama	Dersin okumaları
10	Ad funded Reklamcılık	Dersin okumaları
11	Display Reklamcılık	Dersin okumaları
12	Mobil kampanyalar ve promosyonlar	Dersin okumaları
13	Mobil değer zinciri	Dersin okumaları
14	Sunumlar	Sunum hazırlığı

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Scott D. M., The New Rules of Marketing and PR, John Wiley & Sons Inc., 3rd Edition, 2011.

Ryan D., Jones K., Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for engaging the digital generation, Kogan Page Limited, 2nd Edition, 2012.

DİĞER KAYNAKLAR

Ders videoları

Ders notları

Dersle ilgili web siteleri

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	10
Proje	1	14
Ödev	4	16
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	20
Final Sınavı	1	40
Total:	21	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Proje	1	22	22
Ödev	4	9	36
Ara Sınavlar/Sözlü	1	20	20

Sınavlar/Kısa Sınavlar			
Final Sınavı	1	30	30
Toplam İş Yüğü (saat):			150

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9
OC1			3	1					
OC2			3		2				
OC3			2	2					
OC4				3		2	3		
OC5									

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek