DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
İnternet ve Mobil Pazarlama	NS 511	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	7.5

Akademik Birim:	Yeni Medya M.A.
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim
Ön Koşullar	yok
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Yüksek Lisans
Dersin Koordinatörü:	İsmail Hakkı POLAT
Dersin Amacı:	İnternet ve Mobil ortamda pazarlamanın temel kavramlarını anlamaları ve pratik etmeleri, yeni pazarlama kavramlarını ve yöntemlerini öğrenmeleri ve gerçek bir vaka üzerinden pazarlama stratejisi ve kampanya planı geliştirmeleri beklenmektedir.
Dersin İçeriği:	Bu ders öğrencileri Internet ve mobil mecralarla birlikte değişen pazarlama kavramlarıyla tanıştırmayı amaçlamaktadır. Öğrenciler dönem boyunca bu yeni mecralarda pazarlama anlayışına ilişkin genel bir bakış sahibi olacaklar, Internet ve mobil pazarlama türlerini öğrenecekler ve bu mecralara ilişkin tamamlayıcı kavramlarla tanışacaklardır. Derste anlatılan teorik bilgiler, Internet ve mobil mecralara ilişkin çeşitli filmler, örnek vakalar ve sektör uzmanlarının sunumlarıyla desteklenecektir.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** İnternet ve Mobil Pazarlamanın temel kavramlarının ve geleneksel pazarlama ile farklılıkları idrak etmek • **2-** İnternet ile mobil mecralar arasındaki farklılıkların saptamak • **3-** Yeni Medya üzerindeki pazarlama türlerinin öğrenmek • **4-** İnternet ve mobil mecralarda bir pazarlama kampanyasının yaratılması, planlanması, geliştirilmesi ve lanse etmek
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders Sunumları ve etkileşimli öğrenci oturumları Ödevler: Öğrencilerden 2 haftada bir verilecek ödevleri yapmaları talep edilecektir. Dönem Projesi: Öğrencilerden gerçek bir markanın Internet pazarlama stratejisini belirlemeleri istenecektir..

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Derse Giriş ve Ders Planı	
2	Pazarlamada anahtar kavramlar	Ders materyalinin okunmuş olması,
3	Yeni bir iletişim ortamında pazarlama yapmak	Ders materyalinin okunmuş olması, ilgili ödevin yapılması
4	Internet Pazarlamanın Türleri 1	Ders materyalinin okunmuş olması
5	Internet Pazarlamanın Türleri 2	Ders materyalinin okunmuş olması, ilgili ödevin yapılması
6	Internet pazarlamada tamamlayıcı kavramlar	Ders materyalinin okunmuş olması
7	SoLoMo kavramı	Ders materyalinin okunmuş olması, Dönem projesinin teslimi
8	Mobil pazarlamayı tanımlamak	Ders materyalinin okunmuş olması
9	İzinli pazarlama	Ders materyalinin okunmuş olması, ilgili ödevin yapılması
10	Sporsorlu reklamcılık	Ders materyalinin okunmuş olması
11	Ekran Pazarlama ve reklamcılığı	Ders materyalinin okunmuş olması
12	Mobil kampanya ve promosyonlar	Ders materyalinin okunmuş olması, ilgili ödevin yapılması

13	Mobil değer zinciri	Ders materyalinin okunmuş olması
14	Final sunumları	Final sunumu hazırlığı ve geçmiş konuların tekrarı

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

1. Ders videoları
2. Ders notları
3. İlişkin web siteleri

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	**Sayı**	**Katkı Payı (%)**
Katılım	14	10
Proje	1	40
Ödev	4	10
Final Sınavı	1	40
Total:	**20**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	**Sayısı**	**Süresi (saat)**	**Toplam İş Yükü (saat)**
Ders Saati	14	3	42
Proje	1	50	50
Ödev	4	9	36
Final Sınavı	1	60	60
Toplam İş Yükü (saat):			**188**

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7
OC1		1					
OC2	1		1		1		3
OC3	1		1		1		3
OC4					1		3

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek