

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Veri Güdümlü Pazarlama	BA 404	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	5
Akademik Birim:	İşletme					
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Meltem KIYGI ÇALLI					
Dersin Amacı:	Dersin amacı pazarlamacılara iş kararlarını daha iyi verebilmeleri için verilerin nasıl kullanılacağını öğretmektir.					
Dersin İçeriği:	Öğrenciler, kampanya performansını ölçmek, müşteri değerini hesaplamak ve daha iyi, içgörü temelli, yatırım getirisi odaklı pazarlama stratejileri geliştirmelerine yardımcı olacak yöntem ve ölçümleri öğrenir.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	1- Pazarlama programlarınızın etkinliğini ve verimliliğini artırmak için verileri kullanma edinimi 2- Pazarlama performansınızı değerlendirmek için metrikleri tartışma edinimi 3- Müşterilerinizin değerini belirlemek için verileri kullanma edinimi 4- Kampanya performansını iyileştirmek için bir test programı hazırlama edinimi 5- Pazarlama harcamalarını tartışma ve yatırım geri dönüşünü artırma edinimi					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Yüz Yüze					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Giriş	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
2	Veri Tabanlı Pazarlama Üzerindeki Beş Engeli Aşmak: Doğru Verileri Toplama, Nedensellik, Veri Yokluğu, Kaynaklar ve Araçlar, İnsanlar ve Değişim	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
3	Klasik Pazarlama Metrikleri: Pazarlama Faaliyetlerini Metriklere Bağlama, Balanced Scorecard, B2B Ölçümü	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
4	Beş Temel Finansal Olmayan Metrik: Marka Farkındalığı, Karşılaştırmalı Pazarlama Metriği, Sadakat Pazarlaması Metriği, Müşteri Memnuniyeti, Kampanya Etkinliği Metriği	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
5	ROI: Dört Temel Finansal Metrik: Kar, Net Bugünkü Değer (NPV), İç Verim Oranı (IRR), Geri Ödeme	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
6	Müşteri Ömrü Değeri	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
7	Ara Sınav	Ara Sınav

8	Tıklamalardan İnternet Pazarlama Metrikleriyle Değerleme: Tıklama Başına Maliyet, İşlem Dönüşüm Oranı, Harcanan Reklam Doları Dönüş Miktarı, Hemen Çıkma Oranı, Ağızdan Ağıza	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
9	Çevik Pazarlama: Yakın Zamanlı Verilerin Performans Geliştirmek İçin Kullanılması	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
10	Analitik Pazarlamaya Yönelik Temel Yaklaşımlar	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
11	Veri Tabanlı Pazarlama İçin Altyapı	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
12	Pazarlama Bütçeleri, Teknoloji ve Temel Süreçler	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
13	Pazarlama Kampanyası Yönetimi	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm
14	Araştırma: Pazarlama Süreçleri, Teknoloji ve Firma Performansı ile İlişkilendirilmesi	Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know Kitabından İlgili Bölüm

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Mark Jeffery. 2010. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know, Wiley & Sons, Inc.

DİĞER KAYNAKLAR

--

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	-
Ödev	4	20
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	30
Final Sınavı	1	50
Total:	20	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Ödev	4	6	24
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	29	29
Final Sınavı	1	30	30
Toplam İş Yüğü (saat):			125

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

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

#
OC1
OC2
OC3
OC4
OC5

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek