

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Pazarlamada Dijital Dönüşüm	BUS 314	Güz-Bahar	03+00+00	Seçmeli	3	6
Akademik Birim:	İşletme					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	- -					
Dersin Amacı:	Bu dersin amacı, dijitalleşmenin pazarlama süreçleri üzerindeki etkisini öğrencilere aktarmaktır. Dijital pazarlama ortamının analizi, dijital tüketici davranışları dijital pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi gibi konuların dışında yeni teknolojilerin pazarlama üzerindeki etkilerinin öğrencilerle paylaşılması hedeflenir.					
Dersin İçeriği:	Dijital pazarlama ortamı, dijital müşteri deneyimi, dijitalleşme ve pazarlama araştırması, dijitalleşme ve CRM, dijital pazarlama stratejileri, sosyal medya pazarlaması, yapay zeka ve otomasyon, artırılmış ve sanal gerçeklik , IoT pazarlaması					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Dijital pazarlamada yeni kavramlar ve trendler</li><li>• <b>2-</b> Geleneksel pazarlamanın dijital stratejiler bağlamında yorumlanması ve uygulanmasının öğrenilmesi</li><li>• <b>3-</b> Dijital pazarlama çevresinin ve tüketici davranışının analiz edilerek pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi</li><li>• <b>4-</b> Yeni teknolojilerin pazarlama alanında kullanılarak müşteri deneyiminin nasıl arttırılabileceği</li><li>• <b>5-</b> Yeni teknolojilerin sürdürülebilirliğe katkısı ve bu teknolojilerin etik olarak uygulanması</li></ul>					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Yüz yüze dersler, sınıf içi uygulamalar, vaka çalışmaları, öğrenci sunumları					

## HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Dijital Pazarlamada Dönüşüm	-
2	Dijital Pazarlama Ortamının Analizi	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
3	Dijital Müşteri Deneyimi	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
4	İlişki Pazarlaması, CRM ve Dijitalleşme	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
5	Dijital Pazarlama Stratejisi	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
6	Nöropazarlama	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
7	Dijital Pazarlama Araştırması	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
8	Sosyal Medya Pazarlaması	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
9	Sosyal Medya Pazarlaması (Devam)	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
10	Yapay Zeka ve Dijital Pazarlama	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar

11	Yapay Zeka ve Dijital Pazarlama (Devam)	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
12	AR, VR ve IoT Pazarlaması	Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
13	Grup Sunumları	-
14	Grup Sunumları	-

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

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing. Routledge

## DİĞER KAYNAKLAR

Haftalık verilecek makaleler ve diğer kaynaklar

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	1	20
Ödev	1	10
Sunum/Jüri	1	40
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	30
<b>Total:</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Ödev	1	10	10
Sunum/Jüriye Hazırlık	1	40	40
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	14	2	28
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	3	10	30
<b>Toplam İş Yüğü (saat):</b>			<b>150</b>

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11
OC1											
OC2											
OC3											
OC4											
OC5											

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek