

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">• 1- Dijital pazarlamada yeni kavramlar ve trendler• 2- Geleneksel pazarlamanın dijital stratejiler bağlamında yorumlanması ve uygulanmasının öğrenilmesi• 3- Dijital pazarlama çevresinin ve tüketici davranışının analiz edilerek pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi• 4- Yeni teknolojilerin pazarlama alanında kullanılarak müşteri deneyiminin nasıl arttırılabileceği• 5- Yeni teknolojilerin sürdürülebilirliğe katkısı ve bu teknolojilerin etik olarak uygulanması | | | | | |
| 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 paylaşılabacak kaynaklardan okumalar |
| 12 | AR, VR ve IoT Pazarlaması | Learn'de paylaşılabacak 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 |
| Total: | 4 | 100 |

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 |
| 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 | PY10 | PY11 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|
| OC1 | | | | | | | | | | | |
| OC2 | | | | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | | | | |
| OC4 | | | | | | | | | | | |
| OC5 | | | | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek