

DERS İZLENESİ (SYLLABUS)**Sosyal Bilimler Enstitüsü**

Dersin Kodu	Dersin Adı	Kredisi	AKTS Değeri	
OSD 511	Dijital Pazarlama	3-0-3	8	
Ön koşul Dersler:	Yok			
Dersin Dili:	Türkçe	Ders İşleme Tarzı:	Yüz yüze	
Dersin Türü ve Düzeyi:	Seçmeli / 1. Yıl / Güz Dönemi			
Dersin Öğretim Üyesinin Unvanı, Adı ve Soyadı	Ders Saati	Görüşme Saatleri	İletişim	
Dr. Öğr. Üyesi Duygu Gür Doç. Dr. Murat Gülmez	Salı 18:00-21:00	Pazartesi 14:00-16:00	duygugur@cag.edu.tr	
Dersin Koordinatörü:	Dr. Öğr. Üyesi Duygu Gür			
Dersin Amacı				
<p>Bu ders, dijital ortamda markaların hedef kitlelerine etkili biçimde ulaşmalarını, güçlü müşteri ilişkileri geliştirmelerini ve dijital kanallar aracılığıyla satın alma süreçlerini yönlendirmelerini konu almaktadır. Öğrenciler dijital pazarlama stratejisi geliştirme sürecini örneklerle öğrenirken; ürünlerin, fikirlerin ve davranışların dijital platformlarda nasıl yayıldığını ve popüler hale geldiğini analiz edeceklerdir. Ders kapsamında dijital reklamcılıkta kullanılan çok kanallı iletişim yaklaşımları ve bu kanalların stratejik ilkeleri tanıtılacaktır. Ayrıca, dijital pazarlama faaliyetlerinin performans ölçümü, veri takibi, analitik kullanımı üzerinde durulacaktır.</p>				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrenci;		İlişkiler	
			Program Çıktıları	Net Katkı
	1	Öğrenciler dijital pazarlama kavramlarını ve stratejik yaklaşımları eleştirel biçimde analiz eder ve farklı dijital ortamlarda uygulanabilirliğini değerlendirir.	3&5	5&4
	2	Farklı dijital platformlardan elde edilen verileri yorumlayarak, hedef kitleye yönelik bütünlük dijital pazarlama stratejileri tasarlar.	2&9	5&5
	3	Dijital kanallar aracılığıyla marka iletişimi ve müşteri ilişkileri yönetimi süreçlerini planlar, uygular ve sonuçlarını değerlendirir.	1&6	5&4
	4	Dijital kampanyaların performansını ölçmek için uygun metrikleri seçer, verileri analiz eder ve elde edilen sonuçlara göre stratejik iyileştirmeler önerir.	2&9	5&5
	5	Dijital pazarlama kararlarını ekonomik, teknolojik ve sektörel değişkenler çerçevesinde eleştirel biçimde değerlendirir ve stratejik karar önerileri geliştirir.	4&7&8	4&4&4
	6	Dijital pazarlama projelerinde takım çalışması, liderlik ve yenilikçi düşünme becerilerini kullanarak yaratıcı çözümler üretir ve iş birliği temelli uygulamalar geliştirir.	6&8&9	5&4&4
7	Dijital pazarlama süreçlerinde yeni teknolojileri, araçları ve dijital trendleri takip eder, bunları uygulamalı olarak değerlendirir ve inovatif çözümler geliştirir.	2&9&5	5&4&4	
Dersin İçeriği:	Bu ders, dijitalleşmenin iş dünyasına etkilerini, dijital pazarlamanın gelişimi ve stratejik planlama süreçlerini kapsamaktadır. Sosyal medya pazarlaması, içerik pazarlaması, arama motoru optimizasyonu (SEO), mobil pazarlama, e-posta pazarlaması ve dijital analitik gibi			

temel dijital araçlar uygulamalı olarak incelenmektedir. Ders süresince öğrenciler vaka çalışmaları, grup projeleri, konuk konuşmacı oturumları ve veri analizleri aracılığıyla dijital pazarlamanın dinamiklerini deneyimleyeceklerdir. Ayrıca, yapay zekâ destekli pazarlama uygulamaları ve geleceğin dijital trendleri de tartışılacaktır.

Ders İçerikleri: (Haftalık Ders Planı)

Hafta	Konu	Hazırlık	Öğretim Yöntem ve Teknikleri
1	Tanışma, Dersin Tanıtımı	Önceki dijital pazarlama bilgilerini gözden geçirme, kendini tanıtırma	Buz kırma, beklentileri tartışma
2	Dijitalleşme ve Dijital İşletme		Anlatım ve tartışma
3	Dijital Pazarlamanın Kapsamı ve Gelişimi, Yeni Ekonomi, İnternet ve Pazarlama Etkileşimleri	Makale okuma: "The Marketing Revolution"	Anlatım ve grup tartışması
4	Dijital Ortamlar ve Pazarlar & Dijital Tüketici Davranışı	Dijital tüketici davranışı raporlarını inceleme	Anlatım, Beyin Fırtınası
5	Dijital Pazarlama Planlaması ve Stratejileri	Dijital pazarlama stratejileri üzerine araştırma	Uygulama, Grup Çalışması
6	Dijital Pazarlama Araçları: Sosyal Medya Pazarlaması	Sosyal medya kampanya örneklerini inceleme	Anlatım, Tartışma, Mini Proje
7	Konuşmacı Konuk (Dijital Müşteri Deneyimi ve Dijital Pazarlama İletişimi)	Önceden konuk hakkında kısa araştırma yapma	Soru- yanıt ve beyin fırtınası
8	Ara Sınav		
9	Ara Sınav		
10	İçerik Pazarlaması ve Diğer Dijital Pazarlama Araçları	Blog ve içerik stratejisi örnekleri inceleme	Workshop, Grup Çalışması, Sanal Gerçeklik Laboratuvarı ziyareti
11	Arama Motoru Optimizasyonu ve Arama Motoru Pazarlaması	SEO ve SEM araçlarını araştırma	Anlatım, Mini Deneme Kampanya
12	Mobil Pazarlama, E-Posta Pazarlaması ve İzinli Pazarlama	Mobil uygulama ve e-posta kampanyalarını analiz etme	Anlatım, Vaka çalışması
13	Konuşmacı Konuk (Dijital Markalaşma)		
14	Ölçümlenme ve Raporlama, Web Trafik Analizi, Dijital Metrikler ve Analitikler	Google Analytics veya diğer metrik araçlarını kısa inceleme	Uygulamalı veri analizi ve raporlama çalışması
15	Dijital Pazarlamada Yenilik, Yapay Zeka ve Gelecek Trendler	Dijital pazarlama trendleri üzerine araştırma	Anlatım, Vaka çalışması
16	Final Proje Hazırlık Dersi	Stratejik kampanya planı hazırlığı	Gruplar arası geri bildirim
17	Final Sınavı		Proje Teslimi
18	Final Sınavı		

Ders İçin Kaynaklar

Ders Kitabı:

Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi (online) Pazarlamaya Bütünleşik Bir Yaklaşım- Simon Kingsnorth, Çeviren: Laden İldeniz

	Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, Çeviren: Nadir Özata
Önerilen Kaynaklar:	Hollensen, S., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). Metaverse: The new marketing universe. Journal of Business Strategy, 44(3), 119-125. https://doi.org/10.1108/JBS-01-2022-0014 Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. Current opinion in Psychology, 10, 17-21.

Dersin Ölçme ve Değerlendirmesi

Etkinlikler	Sayı	Katkı	Notlar
Vize Ödevi	1	%30	Yeşil Mutabakat ile ilgili makale okuması ve rapor teslimi
Ders içi katılım	1	%20	Derse aktif katılım
Final Projesi (Rapor + Sunum)	1	%50	Hedef kitle analizi, veri değerlendirmesi ve stratejik öneriler içeren kapsamlı bir dijital kampanya planı geliştirilmesi

AKTS Tablosu

İçerik	Sayı	Saat	Toplam
Ders süresi	14	3	42
Sınıf Dışı Çalışma	14	5	70
Sınıf içi çalışma	1	34	34
Ödev (Makale ve Vaka Analizi)	1	34	34
Final Projesi (Rapor + Sunum)	1	60	60
		Toplam:	240
		Toplam / 30:	240 ÷ 30 = 8
		AKTS Kredisi:	8