

DERS İZLENESİ						
Dersin Adı	Dersin Kodu	Dönem	Ders Saati / Hafta		Kredi	ECTS
Dijital Pazarlama	İLET108	3	Teori 3	Pratik 0	3	5
Dersi Tipi	Zorunlu Ders	Bölüm Seçmeli	Fakülte Seçmeli	Üniversite Seçmeli	CoHE (YÖK) Zorunlu	Diğer
	EVET	-	-	-	-	-
Dersin Seviyesi	Önlisans Derecesi		Lisans Derecesi		Yüksek Lisans / Doktora	
	-		EVET		-	

Dersin Öğretim Dili	Türkçe
----------------------------	--------

Dersin Eğitmeni	Dr. Ahmet İyici	E-mail : ahmet.iyici@arucad.edu.tr
Dersin Amacı	<p>Dijital medyanın her alanda etkin şekilde yönetimi için gerekli bilgileri öğrencilere aktarmak, dijital medyanın global ölçekte nasıl kullanıldığını anlamaya yardımcı olmak ve pazarlama iletişimi süreçlerinde dijital medyanın olumlu katkı yapabilecek şekilde nasıl kullanılabileceği üzerinde düşüncelerini teşvik ederek bu alanda yaratıcı fikirler geliştirmelerine destek olmak ve kendi hayatlarına uygulama kabiliyetini geliştirmek başlıca hedefler arasındadır. Bu hedefi gerçekleştirebilmek dijital dünyanın pazarlama alanına ne tür etki ve değişim yaptığını anlamakla başlar. Dolayısıyla, hızla gelişen ve değişen teknoloji dünyasının kavramsal ve pratik altyapısını öğrencilere sunmak hedeflenmektedir.</p> <p>Bu bağlamda, dersin amaçları arasında dijital ortamda gerçekte neler olup bittiğine dair net bir bakış açısı sunmaktır. Dersin diğer amacı da tüketicileri, yöneticileri ve diğer kurumsal paydaşları derinlemesine anlayarak dijitalleşen dünyadaki sektörel beklentilerini nasıl gerçekleştirebileceklerini anlamalarını sağlamaktır. İş hedeflerine ulaşmak için dijital medyada ve tüketiciden tüketiciye sosyal etkileşimlerde bulunan fırsatlardan yararlanan pazarlama stratejileri geliştirmek için gerekli olan ilgili bilgi, bakış açıları ve pratik becerileri en üst düzeyde sağlamak amaçlanmaktadır.</p>	

	Bu dersin sonunda öğrenciler	Öğretme Yöntemleri	Ölçme Değerlendirme Yöntemleri
Dersin Öğrenme Çıktıları	1. Dijital medyanın temel kavramlarını, platform özelliklerini ve yönetim prensiplerini açıklar .	Düz Anlatım	Vize, Kısa Sınav ve Final Sınavı
	2. Dijital Pazarlamanın temel kavramlarını ve geleneksel pazarlama ile farklarını kavrar .	Düz Anlatım	Vize, Kısa Sınav ve Final Sınavı
	3. Dijital teknolojinin pazarlama karması üzerindeki etkisini ve sunduğu fırsatları açıklar .	Düz Anlatım	Vize, Kısa Sınav ve Final Sınavı
	4. İzleyicilerin ilgisini çekmek ve sosyal etkiyi, etkiyi ve değeri artırmak için ilgili markalı içeriği yayınlamak ve yaymak için çeşitli sosyal medya kanallarının nasıl kullanılacağını analiz eder .	Düz Anlatım ve Grup Çalışması	Vize, Kısa Sınav ve Final Sınavı
	5. Pazarlama iletişimi için şu anda mevcut olan yaygın yeni medya araçlarını kullanma becerilerini geliştirir .	Düz Anlatım ve Sınıf Çalışması	Vize, Kısa Sınav ve Final Sınavı
	6. Bir markanın etkisini ve değerini artırmak için farklı dijital medya kanallarında yayınlanmak üzere içerik oluşturabilir .	Düz Anlatım ve Sınıf Çalışması	Vize, Kısa Sınav ve Final Sınavı
Dersin İçeriği	<p>Öğrencilerin, güncel dijital pazarlama trendleri hakkında teorik ve pratik becerilerinin gelişmesinin hedeflendiği bu derste; dijital pazarlama stratejileri, dijital pazarlama karması, dijital platformlarda pazarlama kampanyalarının hazırlanması, dijital platformlarda pazarlama iletişimi ve küresel bazda kullanılan dijital pazarlama uygulamaları konularına kapsamlı olarak yer verilmektedir. Derste öncelikle dijital pazarlamanın gelişimi ve kapsamı ile dijital pazarlama planlaması konuları işlenecektir. İçerik; dersler, slaytlar, sunumlar ve ekstra okumalar, yoluyla teslim edilecektir. Bu ders sonuçlara dayanmaktadır ve öncelikle sınıfta paylaşılan teori ve bilgiyi uygulanabilir çözümlere aktarma yeteneğiniz üzerinde değerlendirileceksiniz. Sonrasında ise dijital pazarlamanın uygulamalı konuları ele alınacak olup, güncel dijital pazarlama konuları öğrencilerle etkileşime dayalı olarak irdelenecektir.</p>		

Hafta	Başlık	Uygulanış (Teori/Pratik)	Gerekli Okuma / Ön Hazırlık
1	Tanışma ve Giriş: Müfredat incelemesi: ders gereksinimleri, ödev ve değerlendirme politikaları ve okuma listesi	T	Ders İçerik formunun anlatılması
2	Dijital pazarlamaya giriş Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve Dijital Pazarlama Kavramları	T	Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş. Çev. Nadir Özata. Optimist Yayıncılık. Kingsnorth, (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi Pazarlamaya bütünleşik bir yaklaşım. (çev. Laden İldeniz). Nobel Yayıncılık. Ercan, S. (2020). Dijitalizm, Yeni Dünya Düzen,, KROP, 5G: Sosyal medya Dijital Dönüşümle Nereye Gidiyor. 6. Baskı. Motto Yayıncılık.
3	Pazarlamanın Tarihçesi ve Dijital Pazarlamanın Gelişimi 21. yy'da yeni bir yaklaşım olarak dijital pazarlama	T	Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş. Çev. Nadir Özata. Optimist Yayıncılık. Ercan, S. (2020). Dijitalizm, Yeni Dünya Düzen,, KROP, 5G: Sosyal medya Dijital Dönüşümle Nereye Gidiyor. 6. Baskı. Motto Yayıncılık.
4	Web Sitesi Planlama ve Analizi	T/P	Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş. Çev. Nadir Özata. Optimist Yayıncılık. Kingsnorth, (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi Pazarlamaya bütünleşik bir yaklaşım. (çev. Laden İldeniz). Nobel Yayıncılık. Ercan, S. (2020). Dijitalizm, Yeni Dünya Düzen,, KROP, 5G: Sosyal medya Dijital Dönüşümle Nereye Gidiyor. 6. Baskı. Motto Yayıncılık.
5	Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) Arama Motoru Pazarlaması (SEM)	T/P	Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş. Çev. Nadir Özata. Optimist Yayıncılık.

			<p>Kingsnorth, (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi Pazarlamaya bütünleşik bir yaklaşım. (çev. Laden İldeniz). Nobel Yayıncılık.</p> <p>Ercan, S. (2020). Dijitalizm, Yeni Dünya Düzen., KROP, 5G: Sosyal medya Dijital Dönüşümle Nereye Gidiyor. 6. Baskı. Motto Yayıncılık.</p>
6	Sosyal Medya Pazarlama	T	<p>Kingsnorth, (S. 2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page.</p>
7	Web Analizi Vize Sınavı (13-24 Nisan 2026)	T/P	<p>Shaffer, N. (2013). Maximize Your Social: One-Stop Guide to Build a Social Media Strategy for Marketing and Business Success. Canada: Wiley.</p> <p>Kingsnorth, (S. 2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page.</p>
8	Görüntülü Reklamlar (Video Marketing)	T	<p>Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş. Çev. Nadir Özata. Optimist Yayıncılık.</p> <p>Kingsnorth, (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi Pazarlamaya bütünleşik bir yaklaşım. (çev. Laden İldeniz). Nobel Yayıncılık.</p> <p>Ercan, S. (2020). Dijitalizm, Yeni Dünya Düzen., KROP, 5G: Sosyal medya Dijital Dönüşümle Nereye Gidiyor. 6. Baskı. Motto Yayıncılık.</p>
9	Affiliate Pazarlama Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing)	T	<p>Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş. Çev. Nadir Özata. Optimist Yayıncılık.</p> <p>Kingsnorth, (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi Pazarlamaya bütünleşik bir yaklaşım. (çev. Laden İldeniz). Nobel Yayıncılık.</p> <p>Ercan, S. (2020). Dijitalizm, Yeni Dünya Düzen., KROP, 5G: Sosyal medya Dijital Dönüşümle Nereye</p>

			Gidiyor. 6. Baskı. Motto Yayıncılık.
10	İçerik Pazarlama	T	<p>Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş. Çev. Nadir Özata. Optimist Yayıncılık.</p> <p>Kingsnorth, (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi Pazarlamaya bütünleşik bir yaklaşım. (çev. Laden İldeniz). Nobel Yayıncılık.</p> <p>Ercan, S. (2020). Dijitalizm, Yeni Dünya Düzen,, KROP, 5G: Sosyal medya Dijital Dönüşümle Nereye Gidiyor. 6. Baskı. Motto Yayıncılık.</p>
11	E-mail Pazarlama	T	<p>Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş. Çev. Nadir Özata. Optimist Yayıncılık.</p> <p>Kingsnorth, (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi Pazarlamaya bütünleşik bir yaklaşım. (çev. Laden İldeniz). Nobel Yayıncılık.</p> <p>Ercan, S. (2020). Dijitalizm, Yeni Dünya Düzen,, KROP, 5G: Sosyal medya Dijital Dönüşümle Nereye Gidiyor. 6. Baskı. Motto Yayıncılık.</p>
12	Çevrimiçi İtibar Yönetimi	T	<p>Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş. Çev. Nadir Özata. Optimist Yayıncılık.</p> <p>Kingsnorth, (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi Pazarlamaya bütünleşik bir yaklaşım. (çev. Laden İldeniz). Nobel Yayıncılık.</p> <p>Ercan, S. (2020). Dijitalizm, Yeni Dünya Düzen,, KROP, 5G: Sosyal medya Dijital Dönüşümle Nereye Gidiyor. 6. Baskı. Motto Yayıncılık.</p>
13	B2B Digital Pazarlama Uygulamaları	T	Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Pearson.
14	B2C Digital Pazarlama Uygulamaları	T	Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital Marketing: Strategy,

			Implementation and Practice, Pearson.
15	Genel Tekrar- Tüm Konuların Gözden Geçirilmesi ve Sınav Bilgilendirmesinin Yapılması	T	
16	Final Sınavları Dönemi (18-25 Haziran 2026)		

Gerekli Ders Malzemeleri /Okumalar /Kitaplar	<p>Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş. Çev. Nadir Özata. Optimist Yayıncılık.</p> <p>Kingsnorth, (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi Pazarlamaya bütünlük bir yaklaşım. (çev. Laden İldeniz). Nobel Yayıncılık.</p> <p>Ercan, S. (2020). Dijitalizm, Yeni Dünya Düzen, KROP, 5G: Sosyal medya Dijital Dönüşümle Nereye Gidiyor. 6. Baskı. Motto Yayıncılık.</p>
Tavsiye Edilen Ders Malzemeleri /Okumalar /Kitaplar	<p>Dodson, I. (2016). The art of digital marketing: the definitive guide to creating strategic, targeted and measurable online campaigns. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.</p> <p>Carroll, B. (2017). Writing and editing for digital media. New York, NY: Routledge.</p>

DEĞERLENDİRME

Öğrenme Etkinlikleri	Sayı	Ağırlık %
Vize Sınavı	1	40
Kısa Sınav	1	10
Ödev	-	-
Proje	-	-
Alan Araştırması	-	-
Sunum / Seminer	-	-
Stüdyo Çalışması	-	-
Diğerleri (Yoklama)	-	-
Tartışma	-	-
Final Sınavı / Final Projesi /Tezin Final Notuna Katkısı	1	50

TOPLAM		100
---------------	--	-----

Say 1	Ders Öğrenme Çıktıları	Katkı seviyesi (1-en düşük/ 5-en yüksek)				
		1	2	3	4	5
1	İletişim alanının tarihsel gelişimini, temel kavram, kuram ve araştırma yöntemlerini bilir.				√	
2	Temel tasarımın ilke ve elemanlarını bilir.			√		
3	Yeni medya tarihi, kuram ve kuramcıları hakkında bilgi sahibi olur.					√
4	Yeni medyanın yapısal, yönetsel ve teknik özelliklerini bilir.					√
5	Dijital dünyadaki gelişmeleri ve format değişimlerini takip edebilir ve bunlara uyum sağlayarak oluşturulan multimedya prodüksiyonlarında uygulayabilir.					√
6	Yeni medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibidir.					√
7	Görsel kültürün çeşitli küresel biçimlerinde etkisi ve önemi hakkında bir anlayış oluşturabilir.					√
8	Alana ilişkin yasa, yönetmelik, mevzuat ve mesleki etik değerler konusunda bilgi sahibidir.			√		
9	Yeni medya içeriklerini anlama ve eleştirel olarak analiz etme becerisine sahiptir.					√
10	Dijital platformlar için verileri analiz ederek içerik üretime ve yönetme ile ilgili ortamları tasarlar, uygular ve geliştirir.					√
11	Oluşturulan çalışmalarla çeşitli dijital platformlarda farklı küresel formlarda iletişim kurabilme ve pazarlayabilmeyi öğrenir.					√
12	Yeni medya alanındaki araştırma yöntem ve tekniklerini kullanabilme becerisine sahiptir.					√
13	Görsel tasarım konularında dijital platformları etkin biçimde kullanma becerisine sahiptir.				√	
14	Yeni medya alanındaki iletileri eleştirel bakış açısıyla ele alma ve çözümleme yetkinliğine sahiptir.				√	
15	Proje aşamasında araştırma, planlama, uygulama ve raporlama yetkinliğine sahiptir.				√	
16	Yeni medya ürünlerini; yaratıcı düşünce, girişimcilik ve özgün bakış açısıyla geliştirme yetkinliğine sahiptir.					√

17	Ürettiği eserlerin araştırma, tez, haber makaleleri, filmler web siteleri, fotoğraf denemeleri ve animasyonlar içeren kapsamlı bir dijital portfolyo haline getirme ve sunma yetkinliğine sahiptir.			√	
18	Yapay zekanın, yeni medya ekosistemine etkilerini değerlendirir; makine öğrenmesi, doğal dil işleme ve bilgisayarda görme vb. tekniklerini kullanarak yaratıcı içerik üretimi, dağıtımı ve etkileşim süreçlerini bilir, uygular ve analiz eder.				√
19	Yapay zekayı çalışmalarına dahil ederken etik boyutları analiz etme becerisine ve etik davranma sorumluluğuna sahiptir.			√	

ECTS / ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ				
AKTİVİTE	SAYI	BİRİM	SAAT	TOPLAM (İŞ YÜKÜ)
Ders Öğretim saati	15		4	60
Ön hazırlık ve bireysel çalışma	15		2	30
Vize Sınavı	1		12	12
Kısa Sınav	1		10	10
Ödev	-		-	-
Proje	-		-	-
Alan Araştırması	-		-	-
Sunum / Seminer	-		-	-
Stüdyo Çalışması	-		-	-
Final Sınavı / Final Projesi / Tez	1		20	20
Diğer	-		-	-
Toplam İş Yüğü				132
Toplam İş yüğü / 25				5,28
ECTS				5














DERS İLE İLGİLİ ETİK KURALLAR

Yasal İntihal Uyarısı

Tespit edilen ve tespit edilmeyen intihal, herhangi bir zamanda ciddi bir suçtur ve diploma ile gelecekteki profesyonel yaşamınız üzerinde yıkıcı bir etkiye sahip olabilir.

Kaynaklarınızı iyice tanımladığınızdan ve tanıdığınızdan emin olursanız, doğrudan kaynaklarınızdan kelime kelime olarak alınan görsel örneklerden, tasarımlardan veya notlardan kopyalamazsanız intihalden kaçınmak kolaydır.

Maksimum alıntı limiti %20'yi geçemez. Yapay zeka destekli alıntılar da %20'lik orana dahildir. Aksi kanıtlandığı takdirde öğrenci dersten kalır.

	SDG 1: Yoksulluğa Son	
	SDG 2: Açlığa Son	
	SDG 3: Sağlık ve Kaliteli Yaşam	
	SDG 4: Nitelikli Eğitim	
	SDG 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği	
	SDG 6: Temiz Su ve Sanitasyon	
	SDG 7: Erişilebilir ve Temiz Enerji	
	SDG 8: İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme	√
	SDG 9: Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı	√
	SDG 10: Eşitsizliklerin Azaltılması	
	SDG 11: Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar	
	SDG 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim	√
	SDG 13: İklim Eylemi	
	SDG 14: Sudaki Yaşam	
	SDG 15: Karasal Yaşam	
	SDG 16: Barış Adalet ve Güçlü Kurumlar	√
	SDG 17: Amaçlar için Ortaklıklar	√

DEĞERLENDİRME DETAYLARI VE DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ:

Final Notları, yukarıda belirtilen Ders Öğrenme etkinlikleri ve Final sınavı değerlendirme detaylarına göre belirlenir ve Üniversite tarafından belirlenen Eğitim ve Sınav Yönetmeliğine uygun olarak belirlenir.

HAZIRLAYAN	Dr. Ahmet İYİCİ
-------------------	-----------------

GÜNCELLEME	04.03.2026
-------------------	------------

ONAY	
-------------	--