

İTÜ
DERS KATALOG FORMU
(COURSE CATALOGUE FORM)

Dersin Adı		Course Name				
E-Pazarlama		E-Marketing				
Kodu (Code)	Yarıyıl (Semester)	Kredisi (Local Credits)	AKTS Kredisi (ECTS Credits)	Ders Uygulaması, Saat/Hafta (Course Implementation, Hours/Week)		
				Ders (Theoretical)	Uygulama (Tutorial)	Laboratuvar (Laboratory)
ISL 460/460E	8	3	4	3	-	-
Bölüm / Program (Department/Program)		İşletme Mühendisliği Management Engineering				
Dersin Türü (Course Type)	Seçmeli (Elective)		Dersin Dili (Course Language)	Türkçe/İngilizce (Turkish/English)		
Dersin Önkoşulları (Course Prerequisites)	ISL353E min DD					
Dersin mesleki bileşene katkısı, % (Course Category by Content, %)	Temel Bilim (Basic Sciences)	Temel Mühendislik (Engineering Science)	Mühendislik Tasarım (Engineering Design)	İnsan ve Toplum Bilim (General Education)		
		-	50%	50%		
Dersin İçeriği (Course Description)	<p>İnternet, firmaların pazarlama faaliyetleri açısından yeni araçlar ve beceriler gerektiren yeni bir faaliyet ortamı yaratmaktadır. Ders kapsamında ilişkisel pazarlama yaklaşımı temelinde, firmaların paydaşları ile etkili ilişkiler oluşturmasında ve sürdürmesinde İnternetin artan öneminden ve e-pazarlama kavramından bahsedilecektir. E-pazarlama faaliyetlerinin firma genel stratejisi ile bütünleşmesinde e-pazarlama karmaşırsunurlarının önemi ve sadece İnternet üzerinde çalışan e-iş modelleri üzerinde ayrıntılı olarak durulacaktır.</p> <p>Internet is reshaping the field of marketing in many ways and providing companies a new business environment. This introductory course is designed to discuss the role of Internet in establishing and maintaining effective relationship with stakeholders and to introduce the basic concepts of e-marketing. This course also provides deep insights about e-marketing mix and e-business models.</p>					
Dersin Amacı (Course Objectives)	<p>1. E-Pazarlama yöntemlerini ve stratejilerini bütün olarak anlamayı sağlamak, 2. İnternet ortamında yenilikçi pazarlama stratejilerini oluşturmak için gerekli bakış açısını kazandırmak, 3. E-Pazarlama modelleri oluşturma ve e-pazarlama stratejileri geliştirme becerisi kazandırmak.</p> <p>1. To provide a broad understanding of e-marketing methods and strategies, 2. To provide perspectives for creating innovative marketing strategies within online environment, 3. To give the ability to formulate e-marketing models and e-marketing strategies.</p>					
Dersin Öğrenme Çıktıları (Course Learning Outcomes)	<p>Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrencilerin;</p> <p>I. internetin pazarlama faaliyetlerine etkileri hakkında bilgi edinme, II. e-iş'in stratejik e-pazarlama planını anlayabilme, III. e-iş modeli tasarlama IV. E-pazarlama yönetiminin gerek piyasa mekanizması gerekse toplum üzerindeki etkilerini dikkate alma, sosyal sorumluluk ve etik anlayışını benimseyebilme, V. takım olarak çalışabilme, işbirliği ve takım üyeleri ile iletişim kurma becerileri kazanmaları hedeflenmektedir.</p> <p>Students who pass the course will be able to:</p> <p>I. describe the impact of Internet on marketing activities, II. to understand the strategic e-marketing plan of an e-business, III. design e-business models, IV. consider the effects of e-marketing management on both the market mechanism and the society, to embrace social responsibility and ethical insight, V. work as a team, cooperate and communicate with team members.</p>					

Ders Kitabı (Textbook)	Özmen, Şule (2003), Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu E-Ticaret, Bilgi Üniversitesi Yayınları. Strauss, Judy, ve Frost, Raymond (2009), E-Marketing, 5.Baskı, Pearson Education International.		
Diğer Kaynaklar (Other References) <i>Maddeler halinde en çok 5 adet</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Charlesworth, A. (2009), Internet Marketing: A Practical Approach, Butterworth-Heinemann. - Smith, PR. ve Chaffey, D.(2005), E-Marketing Excellence: The Heart of e-Business, 2.ed., Butterworth-Heinemann - Carolyn, S. (2004), Internet Marketing: Foundations and Principles, Houghton & Mifflin. - Büyükdemir, B. (2005), Kümesteki Kartal Neden Uçamaz, Türk Girişimcilerin İnternet Servüveni, Neden Kitap. - Kırcova, İ. (2005), İnternette Pazarlama, 3.Baskı, Beta Yayınları. 		
Ödevler ve Projeler (Homework & Projects)	Öğrencilerden dersi daha iyi kavramaları amacı ile vaka analizi yapmaları ve dönem projesi hazırlamaları istenecektir.		
	A term project based on team work will be required at the end of the semester.		
Laboratuvar Uygulamaları (Laboratory Work)			
Bilgisayar Kullanımı (Computer Use)	Office Word ve Power point kullanımı gereklidir.		
	Office Word and Power point usage are essential.		
Diğer Uygulamalar (Other Activities)			
Başarı Değerlendirme Sistemi (Assessment Criteria)	Faaliyetler (Activities)	Adedi (Quantity)	Değerlendirmedeki Katkısı, % (Effects on Grading, %)
	Yıl İçi Sınavları (Midterm Exams)	1	20%
	Kısa Sınavlar (Quizzes)		-
	Ödevler (Homework)		
	Projeler (Projects)		
	Dönem Ödevi/Projesi (Term Paper/Project)	1	25%
	Laboratuvar Uygulaması (Laboratory Work)		
	Diğer Uygulamalar: Vaka analizleri (Other Activities: Case analyses)	1	15%
	Final Sınavı (Final Exam)	1	40%

DERS PLANI

Hafta	Konular	Dersin Çıktıları
1	Pazarlama kavramındaki gelişmeler; İlişkisel pazarlama - Müşteri ilişkileri yönetimi ve ilgili kavramlar	I
2	İnternet ve Pazarlama; E-ticaret ve E-pazarlama kavramları	I
3	İnternetin pazarlama stratejilerine etkisi; Pazarlama karması ve E-pazarlama karması	I-II
4	E-pazarlama stratejileri; e-modeller ve ilgili kavramlar	II-III
5	E-modeller: Süreçleri, altyapı ve örnek e-ticaret sitesi yapımı, iş planı hazırlama	II-III
6	E-pazarlama modelleri değerlendirme	II-III
7	E-pazarlama modelleri: B2B, B2C	II-III
8	E-pazarlama modelleri: C2C, P2P	II-III
9	Ödeme sistemleri ve güvenlik	III-IV
10	İçerik sağlayıcılar ve e-pazarlama ile ilişkisi	I-II-III
11	Topluluklar ve İnternet grupları	I
12	Mobil ticaret	II-III
13	Proje sunumları	I-III-V
14	Proje sunumları	I-III-V

COURSE PLAN

Weeks	Topics	Course Outcomes
1	Marketing Concept; Relationship Marketing – Customer Relationship Management	I
2	The Internet and the Marketing; E-marketing vs. E-commerce	I
3	The Impact of the Internet on Marketing strategies; Marketing Mix and E-Marketing Mix	I-II
4	Strategic E-Marketing; e-business models and related concepts	II-III
5	E-Models: Process, Infrastructure and E-Business Architecture	II-III
6	E-Marketing Models Performance Evaluation	II-III
7	E-Marketing Models: B2B, B2C	II-III
8	E-Marketing Models: C2C, P2P	II-III
9	Payment and Trust Issues	III-IV
10	Content Providers and Its relationship with E-Marketing	I-II-III
11	Communities and Internet groups	I
12	Mobile Commerce	II-III
13	Term Project Presentations	I-III-V
14	Term Project Presentations	I-III-V

Dersin İşletme Mühendisliği Programıyla İlişkisi

	Programın mezuna kazandıracığı bilgi ve beceriler (programa ait çıktılar)	Katkı Seviyesi		
		1	2	3
a	Matematik, Temel Bilim ve Mühendislik bilgilerini İşletme Mühendisliği alanında uygulama becerisi			
b	İşletme Mühendisliği alanında deney tasarlama, yürütme ve sonuçları yorumlama becerisi		X	
c	Amaca yönelik sistem, bileşen ve süreç tasarlama becerisi		X	
d	Çok disiplinli takımlarda çalışma yetisi		X	
e	İşletme Mühendisliği alanında problemleri tanımlama, modelleme ve çözüme becerisi			
f	Mesleki ve etik sorumlulukların doğru algılanması			X
g	Etkin iletişim kurma becerisi			X
h	İşletme Mühendisliği uygulamalarının küresel/toplumsal düzeyde etkilerinin doğru algılanması için gerekli genel eğitim	X		
i	Yaşam boyu öğrenme ve alanındaki gelişmeleri izleyebilme becerisi			X
j	Çağcıl sorunlar konusunda bilinç			X
k	İşletme Mühendisliği uygulamalarının gerektirdiği yöntem ve yetiler ile modern mühendislik araçlarını kullanabilme becerisi	X		
ME1	Yönetim sistemlerini stokastik (değişken) teknolojik çevrelere entegre edebilme becerisi			
ME2	Liderlik ve girişimcilik yeteneklerini sergileyebilme becerisi			

1: Az, 2. Kısmi, 3. Tam

Relationship between the Course and the Management Engineering Curriculum

	Program Outcomes	Level of Contribution		
		1	2	3
a	An ability to apply knowledge of mathematics, science, and engineering to Management Engineering problems			
b	An ability to design and conduct experiments, and to analyze and interpret gathered data		X	
c	An ability to develop and/or design a system , components or process to meet desired needs		X	
d	An ability to function on multi-disciplinary teams		X	
e	An ability to identify, formulate, and solve Management Engineering problems			
f	An understanding of professional and ethical responsibility			X
g	An ability to communicate effectively			X
h	The broad education to understand the impact of Management Engineering solutions in a global and societal context	X		
i	An ability to engage in life-long learning			X
j	A knowledge and understanding of contemporary issues			X
k	An ability to use the techniques, skills and modern engineering tools necessary for Management Engineering practice	X		
ME1	An ability to integrate management systems into stochastic technological environments			
ME2	An ability to demonstrate leadership and entrepreneurial skills			

1: Little, 2. Partial, 3. Full

<u>Düzenleyen (Prepared by)</u>	<u>Tarih (Date)</u>	<u>İmza (Signature)</u>
---------------------------------	---------------------	-------------------------