

Ders Bilgi Formu (Türkçe)					
Ders Adı: E-Pazarlama		Bölüm/Program/ABD İşletme			
Kredi 4	Yıl-Dönem 2012-2013/Güz	Ders Kodu İŞL	Ders Düzeyi Lisans	Seçmeli/Zorunlu Seçmeli	Öğretim Dili Türkçe
Saatler/Kredi		*Öğretim Eleman(lar)ı:			
T 3	U 0	L 0	K 3	Doç. Dr. Mehmet MARANGOZ (mehmetmarangoz@mu.edu.tr) <small>*Öğretim elemanı adı yalnızca bilgi ve iletişim amaçlı olarak verilmiştir. Her bir derse öğretim elemanı atanması, dönem başında yönetim kurulu kararı ile yapılır.</small>	
Öğretim Yöntem ve Teknikleri: Anlatım, soru-cevap, tartışma, takım/grup çalışması, örnek olay incelemesi.					
Ders Amaçları: Öğrencilerde, pazardaki ve teknolojiadaki gelişmelere uygun pazarlama anlayışının yerleşmesini sağlamak, e-ticaret ve e-pazarlama kavramlarını günümüzdeki uygulamaları ile tanıtmak.					
Ders İçeriği:					
I. Hafta	Pazarlamanın Gelişimi ve E-Pazarlama Dönemi				
II. Hafta	E-Pazarlama Kavramı				
III. Hafta	İmaj				
IV. Hafta	Konumlandırma				
V. Hafta	Ürün				
VI. Hafta	Fiyat				
VII. Hafta	Dağıtım				
VIII. Hafta	Ara Sınav				
IX. Hafta	Tutundurma				
X. Hafta	Doğrudan Pazarlama				
XI. Hafta	İnternette Pazarlama Kararlarını Etkileyen Faktörler				
XII. Hafta	E-Pazarlama Bilgi Stratejisi				
XIII. Hafta	Uluslararası E-Pazarlama				
XIV. Hafta	Araştırma ve İçerik Tasarımı				
XV. Hafta	Örnek Olay				
Beklenen Öğrenme Kazanımları: Dersin sonunda öğrenci; 1. Elektronik ticaret kavramını ve modellerini açıklar. 2. Elektronik ticarete 4P'yi açıklar. 3. Elektronik ticaret uygulamalarını pazarlama kapsamında yorumlar. 4. Pazarlamadaki gelişmeleri yorumlar.					
Ölçme ve Değerlendirme Yöntem(ler)i: Ara Sınav: %40, Yarıyıl Sonu Sınavı: %60					
Ders Kitabı: İbrahim KIRÇOVA, İnternette Pazarlama, Beta Basım Yayım Dağıtım, 2008.					
Önerilen Kaynaklar: Arzu BALOĞLU-Levent KARADAĞ, İnternet ve Pazarlama, Ekin Basım Yayın, 2008. Mustafa TAŞLIYAN, Elektronik Ticaret, Sakarya Kitabevi, 2006. Fatih ÖNCÜ, E-Pazarlama, Literatür Yayınları, 2004.					
Ön/Yan Koşulları:					