

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM421	İnternet ve Mobil Pazarlama	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Teknoloji ve iletişim araçlarının gelişim hızı bir hayli yüksektir. Bu doğrultuda, reklam ilke ve stratejilerinin de aynı kalması beklenemez. Mobil araçların yaygın kullanımı ve dijital pazarlamanın gelişimi vasıtasıyla hedef kitle ve müşteriler daha erişilebilir hale gelmiştir. Bu ders kapsamında, mobil pazarlama ve reklamcılığa dair teorik ve pratik bilginin önde gelen şirketler vasıtasıyla öğrencilere aktarılması ve öğrencilerin, uygulama süreçlerinde yer alması amaçlanmaktadır.
İçerik	Medya planlama, dijital ve sosyal medya reklamcılığı, ölçüm ve analitik, mobil uygulama geliştirme ve reklam teknolojileri, mobil ticaret ve ödeme araçları, dijital içerik oluşturma ve planlama gibi konular, teori ve uygulama yönleriyle ele alınacaktır.
Kaynaklar	Zanville, S. J., & Roger, B. (2010). Advertising media planning. Ephron, E. (2006). Media Planning. Kotler, P., Armstrong, G. (2001). Principles of Marketing. Prentice Hall International, New York. Aaker, A. D. (1996). Building Strong Brands The Free Press, New York. Chaudhuri, A. (2002). How brand reputation affects the advertising brand equity link, Journal of Advertising Research, May-June. Edwards, H. and Day, D. (2005). Creating Passion Brands, Kogan Page, London Öğretim elemanının ders notları.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, Ders Planı Değerlendirmesi ve Planın Gözden Geçirilmesi
2	Medya Planlama
3	Google Reklamcılık Çözümleri
4	Meta Yaratıcı Reklamcılık
5	Ölçüm ve Analitik
6	Dijital Verilerde Türkiye
7	Sunum Haftası
8	Sunum Haftası
9	Influencer Pazarlama
10	Mobil Uygulama Geliştirme
11	Oyunlar, gameplay ve e-spor
12	Mobil Ticaret & Ödeme Araçları
13	Modern Pazarlamanın Başarılı Örnekleri
14	Dijital İçerik Oluşturma ve Planlama