

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	Bu dersin amacı, dijital pazarlama dünyasıyla ilgili genel bir resim çizerek, onun alt kolu olan mobil pazarlama dünyasındaki temel oyuncular, etmenler ve örnekler üzerinden öğrencilere bir telekomünikasyon şirketinin bu alandaki deneyimini aktarmaktır. Bu ders, öğrencilerin pazarlama alanında şimdiye kadar edinilen teorik bilgilerine, mobil pazarlama ekosisteminden hem global hem yerel en başarılı ve güncel mobil pazarlama ve reklam uygulamalarını ekleyerek bu alandaki bilgilerini zenginleştirmeyi hedeflemektedir.
İçerik	Bu derste dijital pazarlama dünyası ile ilgili genel bilgiler aktarıldıktan sonra mobil pazarlama ile ilgili kavramlar ve uygulamalar güncel örnekler üzerinden ele alınacak; yıl sonunda öğrencilerin kapsamlı bir mobil pazarlama kampanyası geliştirebilecek bilgi ve donanıma sahip oldukları düşünülerek proje sunumları üzerinden değerlendirmeler yapılacaktır.
Kaynaklar	Aslam, K. (2017). The 7 Critical Principles of Effective Digital Marketing. CreateSpace Independent Publishing Platform. Kingsnorth, S. (2016). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page. Varnalı, K. &Toker, A. &Yılmaz, C.(2011). Mobile Marketing. McGraw Hill

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Geleneksel Mecradan Mobil Mecraya
2	Mobil Pazarlamayı Tanımlarken
3	Müşteri-Marka Çizgisinde Mobil Teknoloji Kullanımı I
4	Müşteri-Marka Çizgisinde Mobil Teknoloji Kullanımı II
5	Müşteri-Marka Çizgisinde Mobil Teknoloji Kullanımı III
6	Müşteri-Marka Çizgisinde Mobil Teknoloji Kullanımı IV
7	Vize
8	Müşteri-Marka Çizgisinde Mobil Teknoloji Kullanımı V
9	Mobil Değer Zinciri
10	USP (Unique selling proposition)
11	Mobil Mecranın İkeleri
12	Müşteri Odaklı Mobil Pazarlama Modeli
13	Mobil Pazarlamayı Destekleyici Etmenler
14	Sunum