

Kimya (İngilizce)			
Lisans	TYYÇ: 6. Düzey	QF-EHEA: 1. Düzey	EQF-LLL: 6. Düzey

## Ders Genel Tanıtım Bilgileri

Ders Kodu:	UNI341				
Ders İsmi:	Dijital Medya ve Sosyal Medya Yönetimi				
Ders Yarıyılı:	Güz Bahar				
Ders Kredileri:	<table><tr><td>AKTS</td></tr><tr><td>5</td></tr></table>	AKTS	5		
AKTS					
5					
Öğretim Dili:	İngilizce				
Ders Koşulu:					
Ders İş Deneyimini Gerekliyor mu?:	Hayır				
Dersin Türü:	Üniversite Seçmeli				
Dersin Seviyesi:	<table><tr><td>Lisans</td><td>TYYÇ:6. Düzey</td><td>QF-EHEA:1. Düzey</td><td>EQF-LLL:6. Düzey</td></tr></table>	Lisans	TYYÇ:6. Düzey	QF-EHEA:1. Düzey	EQF-LLL:6. Düzey
Lisans	TYYÇ:6. Düzey	QF-EHEA:1. Düzey	EQF-LLL:6. Düzey		
Dersin Veriliş Şekli:	E-Öğrenme				
Dersin Koordinatörü:	Dr. Öğr. Üy. CEMİL CAN ÇOKTUĞ				
Dersi Veren(ler):	Dr. Naim Çetintürk				
Dersin Yardımcıları:					

## Dersin Amaç ve İçeriği

Dersin Amacı:	Dersin genel amacı, gelişen teknolojik ve iletişim olanakları neticesinde pazarlama kavramının siber ortamlara taşınmasının tüm evrelerini, özelliklerini, dinamiklerini, unsurlarını ve uygulama şekillerini incelemek ve öğrenmektir. Dijital ortamlarda gelişen pazarlama modelleri, reklam ve halkla ilişkiler uygulamaları, yeni kavramlar ve gelişen pazarlama stratejileri, dijital pazarlama kampanyaları, dijital ortamda markaların konumlanması, e-ticaret ve mobil pazarlama uygulamalarını incelemek ve öğrenmek dersin genel amaçları arasındadır.
---------------	--

Dersin İçeriği:	Bu dersin içeriğini dijital ortamda yer alan Arama Motoru Reklamları, Arama Motoru Optimizasyonu, Web kavramı, Sosyal Medya ve deđiŐen e-ticaret trendleri oluŐturmaktadır. Pazarlama karması olarak tanımlanan 4P yaklaşımının dijitalleşmesine yönelik veriler ve uygulamalar sunulmaktadır. Ayrıca sosyal medyanın içerikten e-ticaret ortamına dönüŐtüđü bir dünyada dijital marka ve dijital pazarlama eğilimleri ele alınmaktadır.
-----------------	--

## Öğrenme Kazanımları

Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler;

- 1) Siber ortam ile ilgili kavramları incelemek ve tarihsel gelişimi çerisinde süreçleri değerlendirme bilgisine sahip olmak
- 2) Dijital ortamda pazarlama stratejileri ve uygulamalarının niteliklerini öğrenmek
- 3) Dijital Kampanya uygulamalarını incelemek ve aktif olarak uygulama yetkinliğini kazanmak
- 4) Dijital pazarlama dinamiklerinin gelişmelerini takip ederek gelecek tasarımlarını kurgulamak ve ticaret ekseninde pazarlama bakışı ile dijital dünyayı değerlendirme becerisi kazanmak
- 5) Yapılacak uygulamalar ile dijital pazarlama araçlarını temel yönleri ile kullanabilir, performans ve kampanya metriklerini okuyarak analiz edebilir hale gelmek
- 6) Ticaretin yakın gelecekteki trendi olan S-Ticaret kavramına herkesten önce vakıf olmak

## Ders AkıŐ Planı

Hafta	Konu	Ön Hazırlık
1)	Dijital Pazarlama'nın tanımı, unsurları ve gelişimi. Konvansiyonel ve Dijital Pazarlama'nın benzer ve farklı yönleri, avantaj ve dezavantajları	
2)	Dijital pazarlama reklam modelleri – Banner, Search, Video & In-Stream, E-posta vb.	
3)	Dijital pazarlamada tüketici hedefleme modelleri UYGULAMA: Google Ads paneli üzerinden yeni bir kampanya oluşturma ve hedefleme yöntemi belirleme	
4)	Perfomans ölçüm parametreleri – Volume, Impression, Click, Conversion, Action. UYGULAMA: Gerçek bir kampanyaya ait verileri yorumlama.	
5)	Ücretlendirme ve performans dönüşüm metrikleri – CPM, CPC, CPA vb. UYGULAMA: Gerçek bir kampanyaya ait perfomans metriklerini inceleme ve yorumlama.	
6)	Destekleyici dijital pazarlama uygulamaları (SMS, Mailing, WebPush, App Push)	
7)	SEO – Arama motoru optimizasyonu: Kavramın tanımı, temel bileŐenleri	
8)	Ara Sınav	
9)	(SERP) – Arama motorlarında listelenmek için gerekli olan unsurlar (Title, Meta-Description, h1-h2-h3 başlıklar vb.)	

10)	SEO Analiz Araçları – Destekleyici uygulamalar (backlink, Domain Rating vb.)	
11)	Bir dijital pazarlama mecrası olarak sosyal medya. Influencer Marketing – Social Marketing ve S-Commerce kavramları. Etkileşim, beğeni ve paylaşım gibi performans ölçüm (engagement) metrikleri.	
12)	Facebook ve Instagram Reklamları. Sosyal medya kampanyası oluşturma adımları. UYGULAMA: Gerçek bir kampanyaya ait verileri yorumlama	
13)	Influencer pazarlaması. S-Commerce Kavramı ve Sosyal medyada içerik yönetimi (Content Marketing)	
14)	Site Analiz Araçları – Google Analytics'e giriş UYGULAMA: Gerçek bir web sitesine ait site performans metriklerini yorumlama.	

## Kaynaklar

Ders Notları / Kitaplar:	Naim Çetintürk, Temel Dijital Pazarlama Kavramları ve Remarketing Reklam Modeli, Seçkin Yayıncılık, 2019.
Diğer Kaynaklar:	Social Media Strategies for Small Businesses, Phole Media, 2010. Damien Ryan, The Best Digital Marketing Campaigns in theWorld II, Kogan Page. Haftalık ders sunumları

## Ders - Program Öğrenme Kazanım İlişkisi

Ders Öğrenme Kazanımları	1	2	3	4	5	6
Program Kazanımları						
1) Kimyanın teori ve uygulamalarıyla ilgili temel kavramları bilir, kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanır, yöntemleri seçebilir, geliştirebilir ve tasarlayabilir.						
2) Analiz, sentez, ayırma ve saflaştırma yöntemlerine yönelik deneysel planlama ve uygulama yapabilir, karşılaşılan problemlere çözüm getirir ve sonuçlarını yorumlayabilir.						
3) Maddelerin nitel ve nicel analizlerinde kullanılan örnek hazırlama tekniklerinin ve aletsel analiz yöntemlerinin temel ilkelerini ifade eder, uygulama alanlarını tartışır.						
4) Kimyasal maddelerin kaynakları, üretimleri, endüstriyel uygulamaları ve teknolojileri hakkında bilgi sahibidir.						
5) Kimyasal maddelerin yapı analizlerini yapar ve sonuçlarını yorumlar.						
6) Gerek bireysel olarak gerekse de çok disiplinli gruplarda çalışabilir, sorumluluk alabilir, görevlerini planlayabilir ve zamanı etkin kullanır.						

Ders Öğrenme Kazanımları	1	2	3	4	5	6
7) İngilizceyi profesyonel düzeyde kullanarak alanındaki bilgileri izler ve meslektaşları ile iletişim kurar.						
8) Alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.						
9) Ulusal ve uluslararası kimya literatürünü takip eder, kazandığı bilgileri sözlü ya da yazılı olarak aktarır.						
10) Öz öğrenme gereksinimlerini belirler, öğrenimini yönetir/yönlendirir.						
11) Sorumluluk alabilir ve bu sorumlulukların gerektirdiği etik değerlere bağlı kalır.						

### Ders - Öğrenme Kazanımı İlişkisi

Etkisi Yok	1 En Düşük	2 Orta	3 En Yüksek

	Dersin Program Kazanımlarına Etkisi	Katkı Payı
1)	Kimyanın teori ve uygulamalarıyla ilgili temel kavramları bilir, kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanır, yöntemleri seçebilir, geliştirebilir ve tasarlayabilir.	
2)	Analiz, sentez, ayırma ve saflaştırma yöntemlerine yönelik deneysel planlama ve uygulama yapabilir, karşılaşılan problemlere çözüm getirir ve sonuçlarını yorumlayabilir.	
3)	Maddelerin nitel ve nicel analizlerinde kullanılan örnek hazırlama tekniklerinin ve aletsel analiz yöntemlerinin temel ilkelerini ifade eder, uygulama alanlarını tartışır.	
4)	Kimyasal maddelerin kaynakları, üretimleri, endüstriyel uygulamaları ve teknolojileri hakkında bilgi sahibidir.	
5)	Kimyasal maddelerin yapı analizlerini yapar ve sonuçlarını yorumlar.	
6)	Gerek bireysel olarak gerekse de çok disiplinli gruplarda çalışabilir, sorumluluk alabilir, görevlerini planlayabilir ve zamanı etkin kullanır.	
7)	İngilizceyi profesyonel düzeyde kullanarak alanındaki bilgileri izler ve meslektaşları ile iletişim kurar.	
8)	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.	
9)	Ulusal ve uluslararası kimya literatürünü takip eder, kazandığı bilgileri sözlü ya da yazılı olarak	

	aktarır.	
10)	Öz öğrenme gereksinimlerini belirler, öğrenimini yönetir/yönlendirir.	
11)	Sorumluluk alabilir ve bu sorumlulukların gerektirdiği etik değerlere bağlı kalır.	

## Ölçme ve Değerlendirme

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Aktivite Sayısı	Katkı Payı
Ödev	4	% 40
Ara Sınavlar	1	% 10
Final	1	% 50
<b>Toplam</b>		<b>% 100</b>
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARININ BAŞARI NOTU KATKISI		% 50
YARIYIL SONU ÇALIŞMALARININ BAŞARI NOTUNA KATKISI		% 50
<b>Toplam</b>		<b>% 100</b>