



ESOGÜ Turizm Fakültesi Ders Bilgi Formu

DÖNEM	Güz
-------	-----

DERSİN KODU	271117040	DERSİN ADI	Dijital Pazarlama
-------------	-----------	------------	-------------------

YARIYIL	HAFTALIK DERS SAATİ			DERSİN			
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Kredisi	AKTS	TÜRÜ	DİLİ
VII	2	0	0	2	4	ZORUNLU () SEÇMELİ (x*)	Türkçe
DERSİN KATEGORİSİ							
Destek Dersleri	Temel Mesleki Dersler	Uzmanlık / Alan Dersleri	Beşerî, İletişim ve Yönetim Becerileri Dersleri	Aktarılabılır Beceri Dersleri			
	X						
DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ							
YARIYIL İÇİ	Faaliyet türü		Sayı	%			
	I. Ara Sınav		1	40			
	II. Ara Sınav						
	Kısa Sınav						
	Ödev						
	Proje						
	Rapor						
Diğer (.....)							
YARIYIL SONU SINAVI			1	60			
VARSA ÖNERİLEN ÖNKOŞUL(LAR)							
DERSİN KISA İÇERİĞİ	Dijital pazarlama stratejilerinin hem tüketici hem de hizmet sunucu tarafı olarak anlaşılması ve sosyal medya ve dijital teknolojilerin ortaya çıkardığı pazarlama fırsat ve tehditlerini tartışmak dersin içeriğini oluşturmaktadır.						
DERSİN AMAÇLARI	Dersin öncelikli amacı dijital pazarlama stratejilerine yönelik öğrencilere bilgi aktarımı yapmaktır. Sosyal medya araçları ve dijital araçların tanınması ile bu alanlardaki pazarlama faaliyetlerinin nasıl organize edildiği ve tüketici açısından önemini kavramak da dersin amaçları içinde sayılabilir.						
DERSİN MESLEK EĞİTİMİNİ SAĞLAMAYA YÖNELİK KATKISI	Turizm veya başka alanlarda çalışacak adayların dijital becerilere sahip olmaları ve dijital pazarlama tekniklerini bilmeleri daha nitelikli bir meslek sahibi olmalarına katkı sağlayacaktır.						
DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI	<ul style="list-style-type: none">Sosyal medya ve dijital pazarlama ilgili temel kavramları tanıyabilmeDijitalleşme sürecini açıklayabilmeFarklı sosyal medya araçlarındaki pazarlama yapılarını karşılaştırabilmeDijital pazarlama uygulamalarında ortaya çıkan sorunları tanımlayabilmeBir dijital pazarlama stratejisindeki temel motivasyon ve amaçları kavrayabilme						
TEMEL DERS KİTABI	Simon Kingsnorth, Dijital Pazarlama Stratejisi, Nobel akademik yayıncılık, 2022						
YARDIMCI KAYNAKLAR	AÖF Sosyal Medya Ders Kitabı						
DERSTE GEREKLİ ARAÇ VE							

DERSİN HAFTALIK PLANI

HAFTA	İŞLENEN KONULAR
1	Giriş ve Kavramsal Çerçeve
2	Sosyal Medya
3	Sosyal Medya Araçları
4	Sosyal Medya Pazarlaması
5	Dijitalleşme ve Dijital Strateji
6	İşletme Stratejisi ve Dijital Strateji Uyumu
7	Dijital Stratejinin Önündeki Engeller
8	Dijital Stratejisi Planlama
9	Arama Motoru Optimizasyonu
10	Ücretli Arama
11	Görüntülü Reklam
12	Kullanıcı Deneyimi
13	Müşteri İlişkileri Yönetimi
14	İçerik Stratejisi
15,16	Final sınavı

No	Program Çıktısı	3	2	1
1	Turizm işletmeciliği ve otelcilik alanı ile ilgili temel kavramları ve bilgileri anlamak			X
2	Turizm sektöründe kurulacak yeni bir işletmenin yatırım aşamasıyla ilgili becerileri elde etmek		X	
3	Turizm sektöründe faaliyet gösterecek/gösteren bir işletmeyi yönetebilmek		X	
4	Turizm işletmelerinde yönetimin yerel, ulusal ve uluslararası boyutlarını kavramak	X		
5	Turizm işletmeciliği alanındaki kavramları, fikirleri ve verileri, bilimsel yöntemlerle değerlendirmek		X	
6	Turizmin sektörünün gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek	X		
7	Turizm işletmeciliği alanındaki talep koşullarına bağlı sürekli dalgalanma ile baş edebilecek düzeyde sektörel şartları tanımak			X
8	Turizm işletmeciliği ve otelciliğin özel bir alanında (önbüro, kat hizmetleri, satış ve pazarlama, vb) uzmanlaşmak			X
9	Turizm işletmeciliği ve otelcilik alanında bilimsel araştırma bilgi ve yeteneğine sahip olmak		X	
10	Turizm sektörü ile ilgili eğilimleri anlama ve yorumlama becerisine sahip olmak			X
11	Turizm sektörünün toplumu etkileyen boyutlarında (doğal ve kültürel çevrenin korunması gibi) yeterli bilgi ve bilince sahip olmak,		X	
12	Turizm sektöründeki güncel sorunların kaynağını eleştirel düşünceyle belirleyebilmek			X
13	Sektörel anlamda Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahip olmak,			X
14	En az iki yabancı dilde sözlü ve yazılı iletişim becerilerine sahip olmak,			X
15	Turizm işletmelerindeki kişilerle (işletme yöneticileri, müşteriler, çalışanlar) empati kurarak aktif iletişimde bulunabilmek	X		

1: Az. 2:Kısmen katkısı var. 3:Tam katkısı var.

Dersin Öğretim Üyesi:**Tarih:****İmza:**

