



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		İnternette Pazarlama							
Ders Kodu		HİT211		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	100 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu ders ile öğrencinin elektronik ticaret uygulamalarını yapması amaçlanmaktadır.							
Özet İçeriğı		Elektronik ticaret faaliyetlerini planlamak ve yürütmek.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir)							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Öğr. Gör. Aysun ŞAHİN						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	İnternet Ortamında Pazarlama, R. Aksoy, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2006.
2	E-Ticaretin Temelleri, D. Olcay, Pusula Yayıncılık, İstanbul, 2010.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Elektronik Ticarete İlişkin Temel Kavramlar
2	Teorik	Elektronik Ticaret Mevzuatı
3	Teorik	Elektronik Ticaret Mevzuatı
4	Teorik	Elektronik Sözleşmeler
5	Teorik	Elektronik İmza
6	Teorik	Elektronik Ticaret Araçları
7	Teorik	Elektronik Ticaret Uygulamaları
8	Teorik	Elektronik Ticaret Yöntemleri
9	Teorik	Elektronik Ticaret Yöntemleri
10	Teorik	Elektronik Ticaret Yöntemleri
11	Teorik	Elektronik Ticarete Ödeme Şekilleri
12	Teorik	Elektronik Ticarete Ödeme Şekilleri
13	Teorik	Elektronik Ticarete Ödeme Şekilleri
14	Teorik	Elektronik Ticarete Ödeme Şekilleri

Dersin Öğrenme, Öğretim ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	1	3	56
Ödev	5	2	0	10
Seminer	6	2	0	12
Ara Sınav	1	10	1	11
Dönem Sonu Sınavı	1	10	1	11
Toplam İş Yüğü (Saat)				100
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Elektronik ticaret faaliyetlerini planlamak
2	Elektronik ticaret faaliyetlerini yürütmek
3	Elektronik pazarlama kavramı tanımlamak



4	Dijital pazarlama ve mobil pazarlama kavramları tanımlanır
5	Sosyal ağlar ve pazarlamanın bütünselleşmesi tartışılır.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı)

1	Disiplinler arası takım çalışması becerisi kazanmak
2	Anlama ve ifade etme yeteneklerinin kazanmak
3	Stratejik iletişim açısından proje tasarlama, yürütme ve değerlendirilme becerisi kazanmak.
4	Halkla ilişkiler uygulamalarında etik kurallara uymak ve sosyal sorumluluk bilinci kazandırmak
5	Yazılı ve sözlü iletişim becerisini geliştirmek
6	İletişim mesleğinin küresel ve toplumsal etkilerinin anlaşılmasına yardımcı olmak.
7	Güncel olaylar hakkında bilgi edinmek ve bunları iletişim mesleği kapsamında analiz etmek.
8	Yeni medya ve iletişim teknolojilerinden yararlanmak.
9	Farklı iletişim sistemlerini bütünlüklü bir yaklaşımla analiz edebilme yeteneği vermek.
10	Halkla ilişkiler ve tanıtım çalışmalarında kendi yeterliliklerinin farkında olmak.
11	Halkla ilişkiler yönetimine ilişkin temel mesleki bilgiler kazanmak.
12	Kariyer planlamanın yöntem ve tekniklerini kullanmak ve karakter özelliklerinin meslek seçimine etkilerini tartışmak.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ3	ÖÇ5
PÇ1	4	5	5
PÇ2	4	5	5
PÇ3	4	5	5
PÇ4	4	5	5
PÇ5	4	5	5
PÇ6	4	5	5
PÇ7	4	5	5
PÇ8	4	5	5
PÇ9	4	5	5
PÇ10	4	5	5
PÇ11	4	5	5

