

OSTİM TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
PAZARLAMA BÖLÜMÜ
DERS İZLENESİ

MAR 104							
Ders Adı	Ders Kodu	Dönem	Teori	Uygulama	Lab	Kredi	AKTS
Pazarlama Bilgi Sistemleri ve Semantik Web Teknolojileri	MAR 104	2	2	1	0	3	4

Öğretim Dili	İngilizce
Ders Durumu	Zorunlu
Ders Seviyesi	Lisans
Dersin Öğrenme ve Öğretme Teknikleri	Anlatım, Tartışma, Soru-Cevap, Örnek Olay, Proje ve Uygulama

Dersin Amacı
Bu dersin amacı, pazarlama yönetimi süreçlerini destekleyebilecek kurumsal bilgi sistemleri oluşturmak ve pazarlama yönetimi uzmanlarının ihtiyaçlarını karşılayabilecek bilgileri sağlamak için ileri disiplinler arası bilgi ve artırılmış beceriler sağlamaktır. Ders, pazarlama bilgi sistemlerini oluşturmak için kullanılan oluşturma ilkelerini ve çeşitli kavramları tanıtır ve pazarlama bilgi sistemlerinin işlevsel bileşenleri ve yapısı hakkında bilgi sağlar, pazarlama planlaması, modelleme ve müşteri ilişkileri yönetimi alanları dahil olmak üzere pazarlama yönetimi yöntemlerini ayırt etme ve uygulama becerisini geliştirir.

Öğrenim Katkıları
Bu dersi başarıyla tamamlayan bir öğrenci şunları yapabilecektir: – Pazarlama 5.0 ve nesillerinin temel kavramlarını anlamak - Pazarlama operasyonları, karar verme, planlama ve kontrol için uygulamalı yazılımlar kullanarak hesap almak ve pazarlama süreçlerinde pratik beceriler kazanmak - Hesaplama araçlarını kullanarak pazarlama bilgi yönetimi bilgi ve becerilerini edinme – entegre bilgi sistemlerinin işlevsel modülleri arasındaki ilişkiyi değerlendirmek - Yeni teknolojiler hakkında bilgi sahibi olmak - Pazarlamada bilgi sistemlerini oluşturma ve kullanma konusundaki başlıca yönetim zorluklarını belirlemek – bir bilgi sisteminin bir iş problemini nasıl çözebileceğini ve tahmine dayalı pazarlama modelleri oluşturabileceğini anlamak

Ders Taslağı

Ders, Pazarlama 5.0'a giriş, dijital dünya ve nesiller, pazarlama bilgi sistemleri ve organizasyonel hedeflere ulaşmada sistemlerin önemi ile başlar. Konular, rekabet avantajı elde etmek, pazarlama sorunlarını çözmek ve karar vermeyi iyileştirmek için bilgi sistemlerinin nasıl geliştirileceğini ve sürdürüleceğini içerir. Daha sonra sensör, robotik ve Karma Gerçeklik (MR) gibi yeni teknolojilerin temelleri tanıtılır. Bunu Veriye Dayalı Pazarlama, Tahmine Dayalı Pazarlama, Bağlamsal Pazarlama, Artırılmış Pazarlama ve Çevik Pazarlamaya genel bakış izlemektedir.

Haftalık Konular Ve İlgili Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Hazırlık Çalışmaları
1	Derse Giriş / Müfredat İncelemesi	
2	Pazarlama 5.0'a Hoş Geldiniz: İnsanlık İçin Teknoloji	- Pazarlama 4.0: Dijitale Dönüş - Pazarlama 5.0 - Pazarlama 5.0'ın Beş Bileşeni - Veriye Dayalı Pazarlama
3	Pazarlamacıların Dijital Dünyada Karşılaştığı Zorluklar	- Baby Boomers, X, Y, Z ve Alpha'ya Pazarlama - Farklı Kuşaklara Hizmet Vermenin Zorlukları - Beş Kuşağın Yaşam Evreleri - Üretim Uçurumu ve Pazarlama Gelişimi - İşbirliği ve sosyal iş
4	Kuşak Farkı	- Toplum İçin Kapsayıcılık ve Sürdürülebilirlik Yaratmak - Kutuplaşmış Toplum - Kapsayıcılık ve Sürdürülebilirlik - Yeni Hijyen Faktörü - Stratejileri Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine Uygun Hale Getirmek
5	Refah Kutuplaşması	- Teknolojiyi Kişisel, Sosyal ve Deneyimsel Hale Getirme - Dijitalleşmenin Tehlikeleri ve Vaatleri - Yeni teknolojiler
6	Dijital bölünme	- Dijital Hazırlık Değerlendirmesi - Müşterileri Dijital Kanallara Taşıma Stratejileri - Dijital Yetenekler Oluşturma Stratejileri - Dijital Liderliği Güçlendirme Stratejileri
7	ARA SINAV	
8	Teknoloji Destekli Pazarlama için 8 Yeni Strateji, Dijitale Hazır Kuruluş	- Dijital Hazırlık Değerlendirmesi - Müşterileri Dijital Kanallara Taşıma

		Stratejileri – Dijital Yetenekler Oluşturma Stratejileri – Dijital Liderliği Güçlendirme Stratejileri
9	Sonraki Teknoloji	– İnsan Benzeri Teknolojiler – Bilgi İşlem Gücü – Açık Kaynaklı Yazılım – İnternet – Bulut Bilişim – Mobil Cihazlar – Büyük Veri – Next Tech ile İş Yeniden Tasarlamak – Yapay Zeka – Doğal Dil İşleme (NLP) – Sensör Teknolojisi – Robotik – Karma Gerçeklik (MR) – Nesnelerin İnterneti (IoT) ve Blockchain
10	Dijital Pazarlama, Yeni Ekonomi, İnternet ve Pazarlama Etkileşimleri-I	–Dijital Pazarlama Bileşenleri –Ölçüm ve Analiz –Arama motorları
11	Dijital Pazarlama, Yeni Ekonomi, İnternet ve Pazarlama Etkileşimleri-II	– Google Reklamları/Anahtar Kelimeler – SEO – SEM
12	Sosyal Medya Pazarlaması-I	–Müşteri hizmetleri ve itibar yönetimi –Facebook –Instagram –Youtube –Influencer Pazarlama –Google Reklamları
13	Sosyal Medya Pazarlaması-II	–Facebook –Instagram –Youtube – Influencer Pazarlama –Google Reklamları
14	Teknolojik Dünyada Markalaşma	
15	Mobil ve E-Posta Pazarlama	
16	ARA SINAV	

Ders Kitabı/Kitapları/Kaynaklar/Malzemeler	
Ders Kitabı:	Kotler, P., H., Kartajaya and I., Setiawan (2021). Marketing 5.0 Technology for Humanity, John Wiley & Sons.
Ek Kaynaklar:	Designing Ecommerce Websites: A UX Design Handbook for Great Online Shops, Matt Isherwood, 2019, Transmitter Press
Diğer Malzemeler:	E-commerce A Beginners Guide to e-commerce (Business, Money, Passive

Income, E-Commerce for Dummies, Marketing, Amazon), 2017, John McMahon, CreateSpace Independent Publishing Platform.

Değerlendirme		
Çalışmalar	Numara	Katkı payı (%)
Katılım		
laboratuvar		
Derse katılım ve performans		
Saha Çalışması		
Derse Özgü Staj (varsa)		
Kısa Sınavlar / Stüdyo / Kritik		
Atama		
Sunum		
Projeler		
Rapor		
Seminer		
Ara Sınav/Ara Sınav Jürisi	1	40
Genel Sınav / Final Jürisi	1	60
Toplam		100
Dönemin Başarı Notuna Katkısı		40
Çalışmalar		60
Dönem Sonu Başarı Notu Katkısı		100

AKTS / İş yükü tablosu			
Aktiviteler	Numara	Süre (Saat)	Toplam İş yükü
Ders saatleri (Sınav haftası dahil): 16 x toplam ders saati)	16	3	48
Laboratuvar			
Uygulama			
Derse Özgü Staj (varsa)			
Saha Çalışması			
Ders Dışı Çalışma Zamanı	16	3	48
Sunum / Seminer Hazırlığı			
Projeler			
Raporlar			
Atama	1	3	3
Kısa Sınavlar / Stüdyo İncelemesi			
Ara Sınavlara Hazırlık Süresi / Ara Sınav Jürisi	2	20	40
Final Sınavı / Genel Jüri Hazırlık Dönemi	1	40	40

Toplam İş Yüğü	(179/25 = 7,16)	179
----------------	-----------------	-----

Dersin Öğrenme Kazanımlarına Katkı Düzeyi						
Nu	Öğrenme Kazanımları	Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
OK1	Pazarlama 5.0 ve nesillerinin temel kavramlarını anlamak					X
OK2	Pazarlama operasyonları, karar verme, planlama ve kontrol için uygulamalı yazılımlar kullanarak pazarlama süreçlerinin muhasebeleştirilmesi ve pratik becerilerinin kazanılması					X
OK3	Hesaplama araçlarını kullanarak pazarlama bilgi yönetimi bilgi ve becerilerini kazanmak					X
OK4	Entegre bilgi sistemlerinin işlevsel modülleri arasındaki ilişkiyi değerlendirmek					X
ÖK5	Yeni teknolojiler hakkında bilgi sahibi olmak					X
OK6	Pazarlamada bilgi sistemlerini oluşturmak ve kullanmak için başlıca yönetim zorluklarını belirlemek					X
OK7	Bir bilgi sisteminin bir iş problemini nasıl çözebileceğini ve tahmine dayalı pazarlama modelleri oluşturabileceğini anlayan					X

Ders Öğrenme Kazanımları ile Program Yeterlilikleri Arasındaki İlişki									
Nu	Program Yeterlilikleri	Öğrenme Kazanımları							Toplam Etki (1-5)
		ÖK1	ÖK2	ÖK3	ÖK4	ÖK5	ÖK6	ÖK7	
1	Bir işletme yapısına ilişkin biçimsel ve biçimsel olmayan süreçleri anlamak	X	X	X	X	X		X	6
2	Bir işletmeyi bütün fonksiyonel birimler temelinde değerlendirmek	X	X	x	X				4
3	Sorun çözme sürecine yönelik alınan kararlarda analitik düşüncesini etkin biçimde kullanmak							X	1
4	Kendini geliştirme ve öğrenme vizyonuna sahip olmak				X	X	X		3
5	Etik konusunda donanımlı olarak tüm faaliyetlerini bu çerçevede gerçekleştirmek		X	X					2

6	Örgüt içerisinde bireysel ve takım halinde araştırma ve çalışmalar yaparak karşılaşılan vakaları doğru analiz etmek			X	X	X	X	X	5
7	Pazarlama alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarmak				X			X	2
8	Ulusal ve uluslararası boyutlarda farklı pazar koşullarına ve alıcı türlerine uyum sağlayacak etkin ve yaratıcı pazarlama karması stratejileri geliştirmek	X	X	X		X		X	5
9	Pazarlama alanına ilişkin edindiği bilgileri kullanmak suretiyle verileri yorumlayabilmek, analiz edebilmek, sorunları tanımlayabilmek ve çözüm önerileri getirebilme becerisine sahip olmak	X		X	X			X	4
10	Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahip olmak		X						1
11	Pazarlama eğitiminin kazandırdığı bilgi ve becerileri iş yaşamındaki uygulamalar çerçevesinde eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmek	X	X	X	X	X	X	X	7
12	Pazarlama çerçevesinde gelişen güncel eğilimleri takip etmek ve doğru yorumlamak	X	X	X	X	X			5
Toplam Etki									45

İlkeler ve prosedürler

Sınavlar: MAR 104 dersi kapsamında iki yüz yüze sınav, bir ara sınav ve bir final sınavı yapılacaktır.

Bu dersin %40'ı ara sınavdan, kalan %60'ı ise final sınavından alınacaktır.

Katılım ve Kurallar:

İtirazlar: Dönem içinde oluşabilecek kısıtlamalar veya ihtiyaçlar doğrultusunda bu ders programında belirtilen program ve yöntemlerde güncellemeler yapılabilir.