



Ders Bilgi Formu

| Ders Adı | Kodu | Yerel Kredi | AKTS | Ders (saat/hafta) | Uygulama (saat/hafta) | Laboratuvar (saat/hafta) |
|--------------------|---------|-------------|------|-------------------|-----------------------|--------------------------|
| Doğrudan Pazarlama | ISL2901 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 |

| | |
|------------|-----|
| Önkoşullar | Yok |
|------------|-----|

| | |
|---------|-------|
| Yarıyıl | Bahar |
|---------|-------|

| | |
|-------------|-------------------|
| Dersin Dili | İngilizce, Türkçe |
|-------------|-------------------|

| | |
|-----------------|-----------------|
| Dersin Seviyesi | Lisans Seviyesi |
|-----------------|-----------------|

| | |
|-----------------|------------------------|
| Ders Kategorisi | Uzmanlık/Alan Dersleri |
|-----------------|------------------------|

| | |
|----------------------|----------|
| Dersin Veriliş Şekli | Yüz yüze |
|----------------------|----------|

| | |
|----------------------------|----------------|
| Dersi Sunan Akademik Birim | İşletme Bölümü |
|----------------------------|----------------|

| | |
|---------------------|-----------------|
| Dersin Koordinatörü | İbrahim Kırcova |
|---------------------|-----------------|

| | |
|------------------|--|
| Dersi Veren(ler) | İbrahim Kırcova, Tuğçe Ozansoy Çadircı |
|------------------|--|

| | |
|---------------|--|
| Asistan(lar)ı | |
|---------------|--|

| | |
|--------------|--|
| Dersin Amacı | Tüketici pazarı ve endüstriyel pazar açısından doğrudan pazarlama uygulamalarına ilişkin bilgilerin sunulması. |
|--------------|--|

| | |
|----------------|---|
| Dersin İçeriği | Posta ile pazarlama, potansiyel müşterilerin tanımlanması, sadakat programları, satış öncesi ve sonrasına ilişkin araştırmalar hakkında açıklamalar yapmak. Dersin içeriği doğrudan pazarlamada kullanılan mecralara ilişkin açıklamaları, doğrudan pazarlama uygulamalarının işletmeye kazandırdıklarını ve ölçümlenmesini ve doğrudan pazarlamanın diğer pazarlama karması elemanları ile olan ilişkilerini içermektedir. |
|----------------|---|

| | |
|-------------------------------|-----|
| Opsiyonel Program Bileşenleri | Yok |
|-------------------------------|-----|

Ders Öğrenim Çıktıları

| | |
|---|--|
| 1 | Geçek hayattan doğrudan pazarlama uygulamaları keşfedilir. |
| 2 | Doğrudan pazarlama veritabanları oluşturma ve yönetmede kullanılan temel yöntemler kavranır. |
| 3 | Doğrudan pazarlama çabalarının geri dönüşleri ölçümlenir. |
| 4 | İnternet ve mobil teknolojiler yoluyla doğrudan pazarlama methodları incelenir. |
| 5 | Doğrudan pazarlama ile ilgili güncel vakalar analiz edilir. |

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|---|-------------------------------|
| 1 | Doğrudan pazarlama kavramı, doğrudan pazarlamanın bileşenleri, müşteri temelli veritabanı pazarlaması | Spiller, Baier (2009) 2-52 |
| 2 | Doğrudan pazarlama listeleri ve bölümlendirme, veritabanlı doğrudan pazarlama | Spiller, Baier (2009) 53-107 |
| 3 | İş planları, stratejik planlar ve doğrudan pazarlama planları | Spiller, Baier (2009) 108-162 |
| 4 | Doğrudan pazarlama tekliflerinin oluşturulması, tekliflere ilişkin iletim kanalları, tekliflerin ticarileştirilmesi | Spiller, Baier (2009) 163-216 |
| 5 | Doğrudan pazarlama uygulamalarında yaratıcı stratejiler | Spiller, Baier (2009) 217-240 |

| | | |
|----|--|---|
| 6 | Doğrudan pazarlama medyası, doğrudan posta ve diğer basılı medya, radyo/televizyon ve diğer internet medyası | Spiller, Baier (2009) 241-260 |
| 7 | Telepazarlama ve Telefonla müşteri hizmeti, İnternet temelli doğrudan pazarlama, e-iletişim | Spiller, Baier (2009) 261-280 |
| 8 | Ara Sınav 1 | Ders kitapları ve güncel uygulamadan örnekler |
| 9 | Müşteri Hizmeti ve Memnuniyeti | Spiller, Baier (2009) 281-298 |
| 10 | Doğrudan Pazarlama Araştırması, Anket ve Deneyle | Spiller, Baier (2009) 299-350 |
| 11 | Endüstriyel Doğrudan Pazarlama | Spiller, Baier (2009) 352-394 |
| 12 | Kar Amacı gütmeyen organizasyonlarda doğrudan pazarlama | Spiller, Baier (2009) 395-436 |
| 13 | Uluslararası doğrudan pazarlama | Spiller, Baier (2009) 437-493 |
| 14 | Karar destek modelleri | Spiller, Baier (2009) 493-529 |
| 15 | Final | Spiller, Baier (2009) 530-560 |

Değerlendirme Sistemi

| Etkinlikler | Sayı | Katkı Payı |
|---|------|------------|
| Devam/Katılım | | |
| Laboratuvar | | |
| Uygulama | | |
| Arazi Çalışması | | |
| Derse Özgü Staj | | |
| Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği | | |
| Ödev | 1 | 30 |
| Sunum/Jüri | | |
| Projeler | | |
| Seminer/Workshop | | |
| Ara Sınavlar | 1 | 30 |
| Final | 1 | 40 |
| Dönem İçi Çalışmaların Başarı Notuna Katkısı | | 60 |
| Final Sınavının Başarı Notuna Katkısı | | 40 |
| TOPLAM | | 100 |

AKTS İşyükü Tablosu

| Etkinlikler | Sayı | Süresi (Saat) | Toplam İşyükü |
|---------------------------|------|---------------|---------------|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |
| Laboratuvar | | | |
| Uygulama | | | |
| Arazi Çalışması | | | |
| Sınıf Dışı Ders Çalışması | 14 | 3 | 42 |
| Derse Özgü Staj | | | |
| Ödev | 1 | 20 | 20 |

| | | | |
|---|---|----|------|
| Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği | | | |
| Projeler | | | |
| Sunum / Seminer | | | |
| Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi) | 1 | 10 | 10 |
| Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi) | 1 | 10 | 10 |
| Toplam İşyükü | | | 124 |
| Toplam İşyükü / 30(s) | | | 4.13 |
| AKTS Kredisi | | | 4 |

| | |
|--------------|-----|
| Diğer Notlar | Yok |
|--------------|-----|