Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yerel Kredi	AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuar (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 Çadırcı
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 iilgili 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	Midterm 1	Ders kitapları ve güncel uygulamadan örnekler
9	Müşteri Hizmeti ve Memnuniyeti	Spiller, Baier (2009) 281-298
10	Doğrudan Pazarlama Araştırması, Anket ve Deneyler	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		
Laboratuar		
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
Laboratuar			
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