

 ISPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ BÜYÜKKUTLU UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ DERS PLANI (SYLLABUS)	Doküman No	BUB-FRM-0011
	Yürürlük Tarihi	01.09.2025
	Revizyon Tarihi	-
	Revizyon No	-
	Sayfa No	1 / 1

Ders Adı: E-Ticaret

1. Ders Bilgileri

Ders Kodu	MUH2125
Dersin Adı	E-Ticaret
Yarıyıl	3. Yarıyıl
Teori/Uygulama	3 / 0
Kredi	3
AKTS	4
Dersin Sorumlusu	Dr. Öğr. Üyesi Ferdi AKBIYIK
İletişim	ferdiakbiyik@isparta.edu.tr
Ofis	2. Kat 212 nolu oda
Açık Ofis Saati	Perşembe 09:00 11:00 arası

2. Dersin Amacı

Bu dersin amacı, öğrencilere e-ticaretin temel kavramlarını, iş modellerini, e-ticaret ekosistemini ve dijital ticaret süreçlerini öğretmektir. Öğrencilerin; e-ticaret platformlarını ve iş modellerini analiz edebilme, çevrim içi mağaza yönetimi, ürün ve fiyatlandırma kararları, dijital ödeme, lojistik, müşteri ilişkileri, dijital pazarlama ve e-ticaret performans göstergelerini değerlendirebilme becerileri kazanmaları hedeflenmektedir.

3. Öğrenme Çıktıları

Bu dersin sonunda öğrenciler:

- E-ticaretin temel kavramlarını, gelişimini ve e-ticaret ekosistemini açıklar.
- B2C, B2B, C2C ve C2B gibi temel e-ticaret iş modellerini karşılaştırır.
- E-ticaret sitesi ve marketplace yapılarını temel özellikleri açısından değerlendirir.
- Çevrim içi ürün, fiyat ve kampanya yönetimi süreçlerini açıklar.
- Dijital ödeme sistemleri ve elektronik ödeme güvenliği hakkında bilgi verir.
- E-ticarette sipariş, stok, kargo, teslimat ve iade süreçlerini değerlendirir.
- E-ticarette müşteri deneyimi, müşteri ilişkileri ve kişiselleştirme uygulamalarını açıklar.
- Dijital pazarlama, SEO, sosyal medya ve e-posta pazarlamasının e-ticaretteki rolünü açıklar.
- E-ticaret performans göstergelerini (KPI), dönüşüm oranı, sepet terk oranı, CAC, CLV ve ROAS gibi metrikleri temel düzeyde yorumlar.
- Basit düzeyde bir e-ticaret işletmesi ve satış planı oluşturur.

4. Haftalık Ders Planı

Hafta	İçerik
1	E-Ticarete Giriş ve Temel Kavramlar
2	E-Ticaretin Gelişimi ve E-Ticaret Ekosistemi
3	E-Ticaret İş Modelleri: B2C, B2B, C2C ve C2B
4	E-Ticaret Siteleri ve Marketplace Platformları
5	E-Ticarette Ürün, Katalog ve Envanter Yönetimi
6	E-Ticarette Fiyatlandırma, Kampanyalar ve Promosyon Yönetimi
7	E-Ticarette Müşteri Deneyimi ve Dijital Mağaza Yönetimi
8	Ara Sınav
9	Dijital Ödeme Sistemleri ve E-Ticaret Güvenliği
10	E-Ticarette Örnek Siteler
11	E-Ticaret Platformlarında Müşteri Deneyimi
12	E-Ticarette Lojistik, Sipariş ve İade Yönetimi
13	E-Ticarette Dijital Pazarlama ve Satış Stratejileri
14	E-Ticarette Veri Analitiği ve Performans Ölçümü

5. Değerlendirme

Ara Sınav	%40
Final Sınavı	%60
Toplam	%100

6. Kaynaklar

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2024). E-commerce: Business, technology, society. Pearson.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital marketing: Strategy, implementation and practice. Pearson.

Öğretim üyesi tarafından sağlanacak e-ticaret ders notları, örnek uygulamalar ve makaleler (OBS üzerinden paylaşılacaktır).