

# **İşletme Biliminin Üç Temel Alanında Yaşanan Gelişmeler: Muhasebe, Pazarlama ve Organizasyon**

**Editör  
Doç. Dr. Şahin KARABULUT**

 **E K İ N**  
Basım Yayın Dağıtım

**2023**

© 2023 Ekin Yayınevi

Tüm hakları mahfuzdur. Bu kitabın tamamı ya da bir kısmı 5846 Sayılı Yasa'nın hükümlerine göre, kitabı yayınlayan yayınevinin izni olmaksızın elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, özetlenemez, yayınlanamaz, depolanamaz.

**Sertifika No:** 48743

**e\_ISBN:** 978-625-6952-73-7

Mart 2023

**Kapak Tasarımı:** Aslı AYRANCI

**EKİN Basım Yayın Dağıtım**

Şehreküstü Mah. Cumhuriyet Cad.

Durak Sk. No: 2 Osmangazi / BURSA

Tel .: (0.224) 220 16 72 - 223 04 37

Fax.: (0.224) 223 41 12

e-mail: [info@ekinyayinevi.com](mailto:info@ekinyayinevi.com)

[www.ekinkitap.com](http://www.ekinkitap.com)

### **KAYNAKÇA**

- Akın, Akyol, M. (2021). Dijital Çağda Dönüşen Pazarlama İletişimi: Gözetim Kapitalizmine Yönelik Uygulamalar. A. D. Aslaner, F. Sabırcan, & A. İ. Ceyhan içinde, Dijital Pazarlama İletişimi. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Alan, Koçak, A., Tümer, K. E., & Erişke, T. (2018). İletişimin Yeni Yüzü: Dijital Pazarlama Ve Sosyal Medya Pazarlaması. *Electronic Journal of Social Sciences*, 17(66), 493-504.

- Altındal, M. (2013). Dijital Pazarlamada Marka Yönetimi ve Sosyal Medyanın Etkileri. XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri (s. 1087-1091). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 10(8), 321-339.
- Beşe, E. (2022, 06 4). Dijital Pazarlama İle Geleneksel Pazarlama Arasındaki 11 Fark. Kasım 2022 tarihinde akademi.corazu.com: <https://akademi.corazu.com/dijital-pazarlama-geleneksel-pazarlama-farklari/> adresinden alındı
- Bilge, Cabi, A. (2021). Dijital Pazarlama. Editör: A. Ateş, & B. Erdem , Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Bulunmaz, B. (2016). Gelişen Teknolojiyle Birlikte Değişen Pazarlama Yöntemleri ve Dijital Pazarlama. *TRT Akademi*, 1(2), 348-365.
- Chaffey, D., & Bosomworth, D. (2013). *Digital Marketing Strategy Planning Template*. Smart Insights.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation & practice*. Harlow, Birleşik Krallık: Pearson Education Limited.
- Constantinides, E., & Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*(9), 231–244.
- Corbae, G., Jensen, J. B., & Schneider, D. (2003). *Marketing 2.0: Strategies for closer customer relationships*. Heidelberg: Springer Science & Business Media.
- Çakır, H., & Topçu , H. (2005). Bir İletişim Dili Olarak İnternet. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(19), 71-96.
- Demirbilek, Zengin, E. (2022). Pazarlamanın Dijital Dönüşümü Ve İnterfluencer Marketing (1. Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Desai, V. (2019). Digital marketing: A review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 5(5), 196-200.
- dijitalpazarlamaokulu.com. (tarih yok). Geleneksel Pazarlama İle Dijital Pazarlama Arasındaki 10 Fark. Kasım 2022 tarihinde Dijital Pazarlama Okulu: <https://www.dijitalpazarlamaokulu.com/geleneksel-pazarlama-ile-dijital-pazarlama-arasindaki-10-fark/> adresinden alındı
- Durmaz, Y. (2020). Pazarlama İlkeleri (1. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Edelman, D. C. (2020). Dijital Çağda Marka Çalışması. Melis İnan (Çev.) *Stratejik Pazarlama* (s. 25-43). İstanbul: Optimist Yayınları.
- Efendioğlu, İ. H. (2020). Dijital Pazarlama. Editör: Y. Durmaz, Pazarlama İlkeleri (s. 249-283). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Er, H. İ. (2022, 11 03). Dijital Pazarlama ve Geleneksel Pazarlama Arasındaki 11 Fark. Kasım 2022 tarihinde Dopinger Blog: <https://www.dopinger.com/tr/blog/dijital-pazarlama-ve-geleneksel-pazarlama-arasindaki-farklar> adresinden alındı

- Ersöz, B. (2020). Yeni Nesil Web Paradigması: Web 4.0. Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi, 1(2), 58-65.
- Eyel, C. Ş., & Şen, B. (2020). Influencer Pazarlama Ve Tüketicilerin Influencer'lara Yönelik Tutumlarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi. Atlas Sosyal Bilimler Dergisi, 5(1), 7-29.
- Fidan, K., & Yıldırım, F. (2020). Dijital Pazarlama Stratejileri Üzerine Nitel Bir Araştırma. İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi(8), 137-150.
- Gökşin, E. (2017). Dijital Pazarlama Temelleri (1. Baskı). (F. Sarı, Dü.) İstanbul: Abaküs Yayınları.
- Gürsoy, Öztürk, B. (tarih yok). SMART Hedefler Nedir ve Nasıl Oluşturulur? Aralık 09, 2022 tarihinde ACTION COACH: <https://www.belmagursoy.com.tr/blog/smart-hedef-nedir-ve-nasil-olusturulur/> adresinden alındı
- gelistir.org. (tarih yok). Dijital Pazarlama. Aralık 3, 2022 tarihinde Geliştir: Bilgi Teknolojileri: <https://www.gelistir.org/dijital-pazarlama-digital-marketing> adresinden alındı
- Grădinaru, C., Toma, S.-G., & Marinescu, P. (2016). Marketing Mix in Services. Ovidius" University Annals.
- <https://engaiodigital.com/online-marketing-mix/>. (tarih yok). The 7 P's of Online Marketing Mix. Aralık 16, 2022 tarihinde Engaiodigital. adresinden alındı
- Jara, A. J., Parra, M. C., & Skarmeta, A. F. (2012). Marketing 4.0: A new value added to the Marketing through the Internet of Things. 2012 Sixth International Conference on Innovative Mobile and Internet Services in Ubiquitous Computing, (s. 852-857).
- Jiménez-Zarco, A. I., Rospigliosi, A., Martínez-Ruiz, M. P., & Izquierdo-Yusta, A. (2019). Marketing 4.0: Enhancing Consumer-Brand Engagement Through Big Data Analysis. Web Services: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications, 2172-2195.
- Kamal, Y. (2016). Study of trend in digital marketing and evolution of digital marketing strategies. International Journal of Engineering Science, 5(6), 5300-5302.
- Kazankaya, K. (2019). E-Ticaret ve Dijital Pazarlama. İstanbul: Sokak Kitapları Yayıncılık.
- Kingsnorth, S. (2016). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach To Online Marketing (Cilt 1. Baskı). London and Philadelphia, Great Britain and USA: Kogan Page Limited.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K. R., Brown, L., & Armstrong, G. (2013). Marketing. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). Pazarlama 3.0. 1. Baskı (S. Talay, Dü., & K. Dündar, Çev.) İstanbul: Optimist Yayınları.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021 a). Pazarlama 4.0. (S. Talay, Dü., & N. Özata, Çev.) İstanbul: Optimist Yayınları.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021 b). Pazarlama 5.0. 1. Baskı. Taner Gezer (Çev.) İstanbul: Nişantaşı Üniversitesi Yayınları.

- Kurum, B. (2020). KOBİ'ler İçin Etkili Dijital Pazarlama Teknikleri (1. Baskı). (D. Karagöz, Dü.) İstanbul: Sumru Yayınevi.
- Lamb, W. C., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2012). Marketing. USA: Cengage Learning.
- Lawrence , S., Deshmukh, S., & Navajivan, E. (2018). A Comparative Study Of Digital Marketing Vs Traditional Marketing. IIBM's Journal of Management Research, 3(1), 112-121.
- Mert, Y. L. (2018, 09). Dijital Pazarlama Ekseninde Influencer Marketing Uygulamaları. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 6(2), 1299-1328.
- Naik, U., & Shivalingaiah, D. (2008). Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0. International CALIBER, (s. 499-507).
- Nath, K., Dhar, S., & Basishtha, S. (2014). Web 1.0 to Web 3.0 - Evolution of the Web and its Various Challenges. 2014 International Conference on Reliability Optimization and Information Technology (ICROIT). IEEE., (s. 86-89).
- Njegomir, V. (2020). Digital Marketing. Civitas, 1(10), 52-71.
- Noviana, I. T., & Darma, G. S. (2020). Exploring Digital Marketing Strategies During the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment. Jurnal Mantik, 3(4), 2257-2262.
- Pistol, L., & Bucea-Manea, T, R. (tarih yok). The „7Ps”&”1G” that rule in the digital world the marketing mix. In Proceedings of the International Conference on Business Excellence, (s. 759-769).
- Patrutiu-Baltes, L. (2016). Inbound Marketing - the most important digital marketing strategy. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 58(9), 61-68.
- Pogorelova, E. V., Yakhneeva, İ. V., Agafonova, A. N., & Prokubovskaya, A. O. (2016). Marketing Mix for E-commerce. International Journal Of Environmental & Science Education(11), 6744-6759.
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation (1. Baskı). London and Philadelphia, United Kingdom and USA: Kogan Page .
- Sahai, S., Goel, R., Malik, P., Krishnan, C., Singh, G., & Bajpai, C. (2018, 11 2). Role of Social Media Optimization in Digital Marketing with special reference to Trupay. International Journal of Engineering & Technology(7), 52-57.
- Sarıkaya, H. (2022). Dijital Pazarlama. Editör: İ. Erdoğan Tarakçı, & M. Baş, Pazarla-Ma Teoriden Pratiğe (s. 145). İstanbul: Efe Akademik Yayıncılık.
- Sawicki, A. (2016). Digital Marketing. World Scientific News, 82-88.
- Shahverdiyev, R. (2017, Mart 30). Dijital Pazarlamanın Adımları. Aralık 3, 2022 tarihinde Pazarlama Makaleleri: <http://www.pazarlamamakaleleri.com/dijital-pazarlamanin-adimlari/> adresinden alındı
- Şengül, O. (2018). 2 Saatte A'dan Z'ye Dijital Pazarlama. İstanbul: CERES Yayıncılık.

- Şerbetçigil, Ş. (2021, Eylül 28). Pazarlama Karması Elemanları Nelerdir? Aralık 16, 2022 tarihinde earnedo: <https://earnado.com/tr/pazarlama-karmasi-elemanlari-nelerdir/> adresinden alındı
- TDK. (2022, 10 10). Türk Dil Kurumu. <https://sozluk.gov.tr> adresinden alındı
- Tiago, M. P., & Veríssimo, J. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business horizons*, 6(57), 703-708.
- Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences.*, 58(9), 51-56.
- Veleva, S. S., & Tsvetanova, A. I. (2020). Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. 940, s. 1-9. Sofia: IOP Publishing.
- Veleva, S., & Tsvetanova, A. (2020). Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages. *OP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1-9.
- Wang, K. Y., & Rademacher, M. A. (2014). *Viral Marketing*. College of Communication .
- Wilson, R. F. (2000). The six simple principles of viral marketing. *Web Marketing Today*, 70(1), 232.
- Wind, J., & Mahajan, V. (2002). *Digital Marketing*. Symphonya. *Emerging Issues in Management*(1), 43-54.
- [www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com) (2022, Ekim 20). The Global State Of Digital In October 2022. Aralık 14, 2022 tarihinde We Are Social: <https://wearesocial.com/us/blog/2022/10/the-global-state-of-digital-in-october-2022/> adresinden alındı
- Yücel, G., & Adiloğlu, B. (2019, 07 17). Dijitalleşme - Yapay Zeka Ve Muhasebe Beklentiler. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 47-60.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015, Nisan). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69-80.
- Yayla , O. T. (2015). Dijitalleşme Çağında Eşitsizlik ve Ayrımcılık. *Liberal Düşünce Dergisi*(79), 43-53.
- Yağcı, Y. (2009). Web Teknolojisinde Yeni Bilgi Fırtınası: Web 3.0. ÜNAK 2009 Bilgi Çağında Varoluş: “Fırsatlar ve Tehditler” Sempozyumu, 138-147. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi.
- Yengin, D. (2015). Yeni Medyanın Olanakları: Semantik Web. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 1(5), 44-53.