Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**İSN254 - Pazarlama İletişimi**
Ders Türü	III.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**3.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Mesleki Seçmeli Dersler
Öğretim Elemanları	DOÇ. DR. AYLA TOPUZ SAVAŞ

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir.
Önkoşullar	Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Reklamcılık
Önerilen Kaynaklar	*Terence Shimp, Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications, Australia : South-Western, c2013.Kenneth E. Clow, Donald Baack, 2013. Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Pearson; 6 edition.George E. Belch and Michael A. Belch, 2014. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, McGraw-Hill; 10th editionYavuz Odabaşı ve Mine Oyman. Pazarlama İletişimi Yönetimi 2014, İstanbul: MediaCat Yayınları.Uğur Batı Marketink ya da Farketink, İyi Yayınları.Taşlar Yerinden Oynarken Dijital Pazarlamanın Kuralları (Ed. Fatoş Karahasan) Doğan Kitap 2014*MediaCat Dergisi *The Brandage Dergisi *Marketing Türkiye Dergisi *Harvard Business Review Türkiye DergisiBrandmap
Staj & Uygulama	Yok

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Pazarlama İletişimi Kavramı ve Kapsamı	
2. hafta		Pazarlama İletişimindeki değişimler	
3. hafta		Reklam Etkinlikleri ve Yönetimi	
4. hafta		Halkla İlişkiler Türleri ve Araçları	
5. hafta		Kişisel Satış ve Satış Gücü Yönetimi	
6. hafta		Satış Tutundurma Karması ve Yönetimi	
7. hafta		Ürün ve Ambalajın İletişim Boyutu	
8. hafta		Dağıtım ve Fiyatın İletişim Boyutu	
9. hafta		Doğrudan Pazarlama	
10. hafta		Sponsorluk ve Amaca Yönelik Pazarlama	
11. hafta		Marka İletişimi ve Marka Yerleştirme	
12. hafta		Ticari Fuarlar ve Sergiler	
13. hafta		Pazarlama İletişimi Planlama Süreci	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
14. hafta		Pazarlama İletişiminin Sosyal Sorumluluk ve Etik Boyutu	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Pazarlama iletişiminin önemini ve kapsamını yorumlayabilecektir
2	Pazarlama iletişimi yaklaşım ve uygulamalarını tartışabilecektir.
3	Pazarlama iletişimi etkinlerini ayırt edebilecektir.
4	Pazarlama iletişiminde yeni eğilimleri ve uygulamaları yorumlayabilecektir.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

İçerik girilmemiştir.

Dersin Teması

İçerik girilmemiştir.

AKTS İş Yükü

Etkinlik	Süre (Saat)	Sayı	İş Yükü
Teorik Derse Katılım	0	0	0
Sınıf Dışı Çalışma (Ön Hazırlık & Pekiştirme Amaçlı)	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Proje - Rapor - Sunum Hazırlama	0	0	0
Ara Sınav Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Final Sınavı Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Uygulama (Laboratuvar, Müzik/Enstrüman Uygulaması, Atölye/Saha Çalışması vb.)	0	0	0
Staj Uygulaması	0	0	0
		Hesaplanan AKTS	**0**

Ölçme ve Değerlendirme

İçerik girilmemiştir.

Değerlendirme Yöntemi ve Geçme Kriterleri	Sayısı	Yüzde (%)
1.Ara Sınav	1	40
Dönem Sonu Sınavı	1	60
	Toplam (%)	**100**