Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PZY509 - Pazarlama İletişimi Yönetimi**
Ders Türü	I.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**6.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Seçmeli Dersler
Öğretim Elemanları	PROF. DR. MİNE OYMAN

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece uzaktan eğitim biçiminde yürütülmektedir.
Önkoşullar	Bu dersin herhangi önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersle ilişkili önerilen başka ders bulunmamaktadır.
Önerilen Kaynaklar	Yavuz Odabaşı ve Mine Oyman (2012) Pazarlama İletişimi Yönetimi, İstanbul: MediaCat YayınlarıRobert B. Cialdini (2012). İknanın Psikolojisi, İstanbul:MediaCat KitaplarıUğur Batı (2012). Marketink ya da Farketink, İstanbul: MediaCat YayınlarıKaan Varnalı (2012) Dijital Tutulma, İstanbul: MediaCat YayınlarıTaşlar Yerinden Oynarken Dijital Pazarlamanın Kuralları, (Ed. Fatoş Karahasan) İstanbul: Doğan Kitap
Staj & Uygulama	Bu ders için uygun değildir.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Pazarlama İletişimi Kavramı ve Kapsamı.	
2. hafta		Pazarlama İletişiminde Gelişmeler ve Eğilimler I	
3. hafta		Pazarlama İletişiminde Gelişmeler ve Eğilimler II	
4. hafta		Sosyal Ağlar ve Marka Toplulukları	
5. hafta		Bütünleşik Pazarlama İletişimi	
6. hafta		Reklam Stratejileri	
7. hafta		Satış Tutundurma	
8. hafta		Halkla İlişkiler ve Duyurum	
9. hafta		Doğrudan Pazarlama ve Doğrudan Satış	
10. hafta		Ağızdan Ağıza İletişim ve Pazarlama	
11. hafta		Kurumsal Sosyal Girişimler	
12. hafta		Mobil ve Gerilla Pazarlama Uygulamaları	
13. hafta		Pazarlama İletişimi Planlama Süreci	
14. hafta		Pazarlama İletişiminin Sosyal Sorumluluk ve Etik Boyutları	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Pazarlama iletişimi kavramını ve amaçlarını açıklayabilmek
2	Pazarlama iletişimindeki yeni eğilimleri yorumlayabilmek
3	Pazarlama iletişimi unsurlarını değerlendirebilmek
4	Pazarlama iletişimi planlama sürecini tanımlayabilmek
5	Diğer pazarlama karması unsurlarının iletişim boyutlarını değerlendirebilmek
6	Bütünleşik pazarlama iletişimi kavramını tanımlayabilmek
7	Pazarlama iletişiminin sosyal sorumluluk ve etik boyutlarını açıklayabilmek

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.