## Ders İzlencesi

| | |
|---|---|
| **Ders Kodu - Ders Adı** | **PZL604 - Sosyal Pazarlama** |
| **Ders Türü** | II.Yarıyıl |
| **Teori + Uygulama** | 3+0 |
| **AKTS** | **7.5** |
| **Ders Dili** | Türkçe |
| **Ders Türü** | Seçmeli Dersler |
| **Öğretim Elemanları** | DOÇ. DR. FEYZA AĞLARGÖZ |

| | |
|---|---|
| **Dersin Veriliş Biçimi** | Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir. |
| **Önkoşullar** | Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır. |
| **Önerilen Dersler** | Bu dersle ilişkili önerilen başka dersler bulunmamaktadır. |
| **Önerilen Kaynaklar** | Social Marketing: Behavior Change for Good, 7th Edition, N. Lee, P. Kotler, and J. Colehour, SAGE Publications, 2024. |
| **Staj & Uygulama** | Bu ders için uygun değildir. |

## Ders İzlencesi

| Haftalar | Öğrenme Çıktıları | Konular | Öğretim Yöntemleri |
|---|---|---|---|
| **1. hafta** | | Sosyal Pazarlamada Temel Kavramlar | |
| **2. hafta** | | Kar amacı gütmeyen kuruluşlarda sosyal pazarlama | |
| **3. hafta** | | Üçüncü sektörde sosyal pazarlama | |
| **4. hafta** | | Sosyal pazarlama ve Dünyadaki gelişmeler | |
| **5. hafta** | | Sosyal olaylarda sosyal pazarlamanın etkinliği | |
| **6. hafta** | | Kampanya kavramı ve tasarımı | |
| **7. hafta** | | Kampanya kavramı ve tasarımı | |
| **8. hafta** | | Kampanya planlaması | |
| **9. hafta** | | Kampanya yürütüm süreci | |
| **10. hafta** | | Kampanya değerlendirme ve sonuç analizleri | |
| **11. hafta** | | Sosyal olay pazarlaması | |
| **12. hafta** | | Sosyal pazarlamada etik | |
| **13. hafta** | | Sosyal pazarlamanın geleceği | |
| **14. hafta** | | Sosyal pazarlamanın geleceği | |

## Öğrenme Çıktıları

| # | Öğrenme Çıktıları |
|---|---|
| **1** | Sosyal pazarlamayı ve temel kavramlarını açıklayabilecektir. |
| **2** | Sosyal pazarlamanın ve uygulamalarının gelişimini, önemini ve geleceğini tartışabilecektir. |

## Öğrenme Çıktıları

| # | Öğrenme Çıktıları |
|---|---|
| 3 | Sosyal pazarlama uygulamaları kapsamında tüketicilerin nasıl bir role sahip olduğunu değerlendirebilecektir. |
| 4 | Sosyal pazarlama kampanyalarını analiz edebilecek ve değerlendirebilecektir. |

## 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.*