



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Yeni Pazarlama Teknikleri	REK229	3	3 + 0	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze)				
Amaç	Pazarlamada yeni yaklaşımlara dair teorik bilginin edinilmesi ve güncel uygulama örneklerini analiz edebilme becerisinin kazanılmasıdır.				
Ders İçeriği	Yeni pazarlama kavramları, güncel pazarlama yaklaşımları				
Ders Kaynakları	• Çabuk, Serap and Mehmet İ. Yağcı (2003), Pazarlamaya Çağdaş Yaklaşım, Nobel Yayınları., Varinli, İ. ve Çatı, K. (Ed.), (2010). Güncel Pazarlama Yaklaşımından Seçmeler, Detay Yayıncılık., Kotler, P. vd. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş, Optimist., Yıldız, S. (2022). Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar, Gazi Kitabevi.				

Hafta	Konu
1	Yeni pazarlama kavramları
2	Pazarlama Anlayışları, Pazarlamada Yeni Bakış Açıları
3	Gerilla Pazarlama
4	Politik Pazarlama
5	Sosyal Pazarlama
6	İlişki Pazarlaması
7	Dijital Pazarlama
8	Deneyimsel Pazarlama
9	Yeşil Pazarlama
10	Postmodern Pazarlama
11	Viral Pazarlama ve Sosyal Medya Uygulamaları
12	Nesnelerin İnterneti ve Pazarlama
13	Veri tabanlı Pazarlama ve Uygulamaları
14	Niş Pazarlama

Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmeye kullanma becerisine sahiptir.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir.
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir.
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır.
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar.
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir.
- Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13
Öğrenciler bir çok farklı ve yeni uygulama örneklerini öğrenirler.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler Endüstri 4.0 uygulamalarının pazarlama karması elemanlarına etkilerini öğrenirler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler gelişen teknolojinin tüketim alışkanlıklarına etkilerini öğrenirler.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazarlama anlayışlarını ve güncel pazarlama kavramlarını öğrenirler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-