



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 Veren	Öğr. Gör. Dr. Sevdener KAPUSUZ				
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

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	3	14
Ara Sınav 1		5	1
Final		10	1
Ders İş Yüğü:		99	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		3,88	

Program Çıktıları	
1	Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır
2	Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmeye kullanma becerisine sahiptir
3	Reklamcılık Alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
4	Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir
5	Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
6	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
7	Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir
8	Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
9	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
10	Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar
11	Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
12	Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir
13	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.	5	4	4	5	-	-	-	4	-	-	-	4	-
Öğrenciler Endüstri 4.0 uygulamalarının pazarlama karması elemanlarına etkilerini öğrenirler	5	4	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-
Öğrenciler gelişen teknolojinin tüketim alışkanlıklarına etkilerini öğrenirler.	5	4	4	-	-	-	-	4	-	-	-	4	-
Öğrenciler pazarlama anlayışlarını ve güncel pazarlama kavramlarını öğrenirler	5	4	4	4	-	-	-	-	-	-	-	4	-
Ortalama Değer	5	4	4	2,25	-	-	-	2	-	-	-	4	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/369282>