



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama İletişimi	İSL453	7	3 + 0	5,0	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - Lisans (Yüzyüze öğretim)				
Amaç	Bu derste pazarlama iletişimi kavramı, özellikleri, türleri, modelleri ve unsurları ele alınarak tutundurma karması unsurları ve oluşturulması, pazarlama iletişimi etkilerinin planlanması ve organizasyonu hakkında bilgilendirme amaçlanmaktadır.				
Ders İçeriği	Tüm pazarlama iletişimi öğelerinin bir şirketin başarısı için kilit bir nokta olduğunun irdelenmesi. Reklam, halkla ilişkiler, tanıtım, promosyon, sponsorluk, doğrudan pazarlama, e-iletişim ve satış stratejilerinin tek başına ve birleştirilerek; bunların, bir şirketin marka değerine olan katkısının araştırılması. Örnek çalışmalar ve egzersizlerle zenginleştirilen dinamik ders içeriği .				
Ders Veren	Prof. Dr. Sevgi GÖNÜLLÜOĞLU				
Ders Kaynakları	Odabaşı, Yavuz Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat Yayınları, 2003, 3. Baskı, İstanbul.				

Hafta	Konu
1	Pazarlama İletişimi, İletişim Karması ve İletişim Planı Genel Çerçeve
2	Bütünleşik Pazarlama İletişimi
3	Pazarlama İletişimi ve Marka, Marka, Marka Stratejileri
4	Pazarlama İletişimin amaçları
5	İletişim Bütçesi ve Bütçe Metotları
6	Medya Planlaması, Reklam ve Reklam Araştırmaları
7	ARA İMTİHAN
8	Pazarlama İletişiminde Kişisel Satış
9	Pazarlama İletişiminde Halkla İlişkiler
10	Pazarlama İletişiminde Satış Promosyon
11	Pazarlama İletişiminde Sponsorluk
12	Pazarlama İletişiminde Amaca Yönelik Pazarlama
13	Pazarlama İletişiminde Ağızdan Ağıza pazarlama
14	İnternet ve Sosyal Paylaşım ortamı

Program Çıktıları

- Alan ile ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olma.
- Girişimcilik ve liderliğin önemini bilme.
- Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olma...
- Alan ile ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olma.
- Bireysel bilgi ve becerileri ile alanla ilgili kişi ve kurumlara düşünceleri yazılı ve sözlü olarak aktarabilme, onlara çözüm önerisi sunabilme.
- Alan ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme.
- Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme.
- Alan ile ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutabilme ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilme
- Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verme.
- İşletmenin iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözetecek şekilde ilişkilerini düzenleyebilme ve yönetebilme.
- Bir yabancı dili işletmecilik alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilme.
- Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.

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
Stratejik iletişim kampanyalarında farklı öğeleri, yöntemleri, teknikleri kullanabilme yeteneğini kazanmak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bütünleşik olarak bir kampanya stratejisinin oluşturulması ve uygulanması öğrenmek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İletişim ve Pazarlama İletişimi hakkında bilgi edinmek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-