



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Deneyim Pazarlaması							
Ders Kodu		PAR256		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	100 (Saat)	Teori	2	Uygulama	2	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Deneyim Pazarlaması dersi kapsamında öğrencilerin; değişen tüketiciye bağlı olarak gelişen yeni pazarlama alanlarından biri olan deneyim pazarlaması alanında yapılan çalışmaları inceleyerek öğrendikleri iletişim ve reklam alanındaki kuramsal yaklaşımlara uygun olarak irdeleyebilmesi hedeflenmektedir.							
Özet İçeriğı		Yeni ekonomi kavramı ve yeni ekonomi içerisinde değişen tüketici, Deneyim ekonomisi, Deneyim ekonomisinde tüketim türleri, Deneyim tasarımı ve pazarlamada uygulanması, Hali hazırda yapılan çalışmaların incelenerek deneyim pazarlama ile reklam ilişkisinin ortaya çıkarılması, Reklam kampanyalarında deneyim pazarlaması stratejilerinin incelenmesi.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir)							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	30
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Deneyimsel Pazarlama-Taşkın DİRSEHAN
---	--------------------------------------

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Yeni ekonomi kavramı ve yeni ekonomi içerisinde değişen tüketici
2	Teorik	Yeni ekonomi kavramı ve yeni ekonomi içerisinde değişen tüketici
3	Teorik	Deneyim ekonomisi
4	Teorik	Deneyim ekonomisi
5	Teorik	Deneyim ekonomisinde tüketim türleri
6	Teorik	Deneyim ekonomisinde tüketim türleri
7	Teorik	Deneyim tasarımı ve pazarlamada uygulanması
8	Teorik	Deneyim tasarımı ve pazarlamada uygulanması
9	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
10	Teorik	Hali hazırda yapılan çalışmaların incelenerek deneyim pazarlama ile reklam ilişkisinin ortaya çıkarılması
11	Teorik	Hali hazırda yapılan çalışmaların incelenerek deneyim pazarlama ile reklam ilişkisinin ortaya çıkarılması
12	Teorik	Hali hazırda yapılan çalışmaların incelenerek deneyim pazarlama ile reklam ilişkisinin ortaya çıkarılması
13	Teorik	Reklam kampanyalarında deneyim pazarlaması stratejilerinin incelenmesi
14	Teorik	Reklam kampanyalarında deneyim pazarlaması stratejilerinin incelenmesi
15	Teorik	Reklam kampanyalarında deneyim pazarlaması stratejilerinin incelenmesi
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl Sonu Sınav

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	0	2	28
Uygulamalı Ders	14	0	2	28
Ödev	32	0	1	32
Ara Sınav	1	5	1	6



Dönem Sonu Sınavı	1	5	1	6
Toplam İş Yüğü (Saat)				100
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Deneyimsel pazarlama kavramını algılama ve iletişim teorileri ile ilişki kurabilme
2	Deneyimsel pazarlama ve hedef kitle özelliklerini ve bu unsurların farklılıklarını reklam stratejilerine aktarabilme
3	Deneyimsel pazarlama stratejilerini kampanya dahilinde inceleyebilme
4	Çevrimiçi müşteri deneyimini sunma
5	6 Dijital platformları kullanarak ilişki pazarlaması

Program Çıktıları (Basım ve Yayım Teknolojileri Programı)

1	Grafik ve görsel sanatlar bilgi ve yeteneğine sahip olma
2	Baskı materyalleri hakkında bilgi sahibi olma
3	İlgili tasarım programlarını kullanabilme
4	Dijital çıkış makinelerini kullanabilme
5	Film, kalıp CtP makineleri hakkında bilgi sahibi olmalı ve kullanabilme
6	Montaj planı ve kalıp hazırlayabilme
7	Ofset baskı makinesi hakkında bilgi sahibi olup baskı yapabilme
8	Ofset baskıda problemleri ve çözüm yollarını bilme
9	Kağıdı giyotin kullanarak en verimli şekilde ve kurallara uygun olarak kesebilme
10	Baskın sonrası paketleme, cilt vb. işlemler hakkında bilgi sahibi olup uygulama yapabilme
11	Baskı, film, kağıt, mürekkep ve kalıp maliyetlerini hesaplayabilme
12	Ambalajlama teknikleri ve malzemelerini bilme
13	Ambalaj çizim programını kullanabilme
14	Ambalaj kesim tekniğini bilme
15	Ambalaj yapıştırma tekniğini bilme
16	Proje araştırma ve hazırlama yeterliliğine sahip olma
17	Düşünceden üretime yeteneği kazanma
18	Topluluğa sunum yapabilme
19	Genelde basın tarihini bilir.
20	Yeni Basım İşletmeciliği Gelişmelerini Takip Eder.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

ÖÇ4	
PÇ18	2

