



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlama İletişimi							
Ders Kodu		İŞLE511		Ders Düzeyi		Yüksek Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	127 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Pazarlama iletişimi ilgili temel kavram, kuram ve uygulama alanlarını tanımak; bütünleşik pazarlama iletişimi olgusunun ortaya çıkış gerekçelerini ve evrimini eleştirel bir tarzda değerlendirip sorgulayabilmek. Pazarlama iletişiminin hem satış ve hem de iletişim yönlü amaçlarını irdelemektir.							
Özet İçeriği		Bu derste pazarlama iletişimi konusu bütünleşik bir bakış açısı ile incelenecek; pazarlama karması, karmada yer alan tutundurma bileşenleri ve stratejileri bu ders kapsamında özellikli bir biçimde yer almaktadır.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Dr. Öğr. Üyesi Esmâ DURUKAL						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005
2	BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	İletişim Kavramı ve Pazarlama İletişimi
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
2	Teorik	Bütünleşik Pazarlama İletişimi
	Ön Hazırlık	BOZKURT,İzzet; Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Mediacat, İstanbul,2005 ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005
3	Teorik	Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve Stratejik Planlama Süreci
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
4	Teorik	Reklam
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
5	Teorik	Halkla İlişkiler
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
6	Teorik	Satış Tutundurma
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
7	Teorik	Kişisel Satış
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınavlar
9	Teorik	Pazarlama Karması Unsurları ve Pazarlama İletişimi
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
10	Teorik	Doğrudan Pazarlama, İnternette Pazarlama
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
11	Teorik	Marka Yönetimi ve Marka Yerleştirme
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004



12	Teorik	Sponsorluk, Ticari Fuarlar, Amaca Yönelik Pazarlama
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
13	Teorik	Pazarlama İletişimi Etkinliklerinin Planlanması ve Organizasyonu
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
14	Teorik	Pazarlama İletişimi ve Etik
	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
15	Ön Hazırlık	ODABAŞI, Yavuz; Oyman, Mine, Pazarlama İletişimi, MediaCat, İstanbul,2005 BOZKURT,İzzet; İletişim Odaklı Pazarlama, Mediacat, İstanbul,2004
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı
17	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	2	3	70
Ara Sınav	1	25	1	26
Dönem Sonu Sınavı	1	30	1	31
Toplam İş Yükü (Saat)				127
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Pazarlama iletişimi ile ilgili temel kavram ve kuramları açıklar,
2	Bütünleşik pazarlama iletişimi üzerine proje hazırlayabilir,
3	Pazarlama araçlarını bir bütün halinde kullanabilir,
4	Hem marka yönetimi alanında hem de reklamcılık, halkla ilişkiler ve diğer satış çabaları alanlarında çalışabileceği bilgi birikimi edinir.
5	Reklamcılığın rollerini ve amaçlarını açıklayabilmek

Program Çıktıları (İşletme Yüksek Lisans Programı)

1	Çeşitli Lisans derecesi almış bireylerin, İşletme temel alanlarında (Üretim Yönetimi, Pazarlama, Muhasebe-Finans, Yönetim-Organizasyon, Sayısal Yöntemler) edindiği kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanabilmek ve alana ilişkin orijinal fikirler geliştire
2	Makro ve mikro düzeyde finansal analizlerin yapılabilmesi; Birincil ve ikincil piyasaların analizi; işletmelerin mali yapılarının değerlendirilmesi; muhasebe kayıtlarının ve mali tabloların yorumlanabilmesi becerilerini kazandırmak.
3	Matematik, istatistik ve ekonometri modellerinin işletmecilik alanlarında kullanabilme; sayısal verilerin yorumlanabilmesi; çıktıların karar verme sürecinde kullanılabilmesi; istatistiksel tahmin metotlarını kullanabilme yeteneğinin kazandırılmak.
4	Yönetim teknikleri hakkında bilgi sahibi olmak; İşletme yönetiminde karşılaşılan ve öngörülemez karmaşık sorunları çözmek için bireysel ve grup üyesi olarak sorumluluk alabilmek; liderlik özelliklerine ve yöneticilerle iletişim kurabilme yeteneklerinin
5	Pazarlama temel kavramları, Pazar araştırması, Pazar payı tahmini; Pazar dilimlemesi, Pazar konumlaması, Pazar hedeflemesi konuları; pazarlama karması, Pazarlama bölümünün işletme örgütü içindeki yeri gibi konuların ve uluslararası pazarlama kavramların
6	Üretim teknikleri, üretimde güncel yaklaşımlar, üretim yönetiminin temelleri, üretim sistemleri, Üretimin yapılabilmesi için gerekli koşulları anlayabilme: istatistiksel kalite kontrol ve tedarik zinciri ile lojistik kavramlarını anlayabilme ve üretim yön
7	Öğrencilerin benzer konularda problemleri analiz ederek karar verme becerilerini, nitel ve nicel teknikler vasıtasıyla modelleyebilme, çözebilme, yorumlayabilme becerilerini kazanmalarını sağlamak.
8	İşletme temel alanlarında (Üretim Yönetimi, Pazarlama, Muhasebe-Finans, Yönetim-Organizasyon, Sayısal Yöntemler) politikalarına temel oluşturan diğer disiplinlerden yararlanabilmek ve bu disiplinlere ilişkin ileri düzeyde bilgilere sahip olmasını sağlamak
9	Alanında akademik çalışma yapabilecek bilgi ve beceriye sahip olmasını sağlamak.
10	Alanında edindiği ileri düzeydeki bilgi ve becerileri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirebilmek, bilgidan bilgi üretebilmek, öğrenme gereksinimlerini belirleyebilmek ve öğrenme sürecini yönlendirebilmek.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	3	3	5	5	3
PÇ2	4	5	3	3	3



PÇ3	5	5	4	3	3
PÇ4	5	4	3	4	4
PÇ5	3	4	3	5	4
PÇ6	4	3	5	4	4
PÇ7	5	4	4	3	2
PÇ8	5	3	4	5	2
PÇ9	3	5	4	2	2
PÇ10	4	3	5	5	3

