

## İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM232	Pazarlama Halkla İlişkileri	4	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; öğrencinin, pazarlama yönelimli halkla ilişkilerin, kurumun ürün ve hizmetlerinin tanınırlılığını ve satışlarını artırmaya yönelik strateji ve programların planlama, uygulama ve değerlendirme çalışmalarını kapsayan bir alan olduğu hakkında bilgilendirilmesini; halkla ilişkilerin katma değerini örneklerle anlatılmasını; pazarlama halkla ilişkilerinin en çok işe yaradığı alanlarla ilgili ulusal ve uluslararası örnekleri paylaşarak, öğrencinin konuyla ilgili araştırmalara teşvik edilmesinin sağlanmasıdır.
İçerik	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Hafta: Pazarlama, Halkla İlişkiler ve Pazarlama Halkla İlişkileri kavramlarının tanımı.</li><li>2. Hafta: Pazarlama halkla ilişkilerinin uygulama alanları: ürün/hizmet PR'ı ve marka PR'ı</li><li>3. Hafta: Pazarla iletişimi bileşenlerinin tanımı: reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış, doğrudan pazarlama, satış geliştirme</li><li>4. Hafta: Proaktif ve Reaktif Halkla ilişkiler</li><li>5. Hafta: Pazarlama ürün eğrisine göre tutundurma karması uygulamaları - 1</li><li>6. Hafta: Pazarlama ürün eğrisine göre tutundurma karması uygulamaları - 2</li><li>7. Hafta: Ara sınav</li><li>8. Hafta: Pazar bölümlendirme stratejileri</li><li>9. Hafta: Hedef kitle bölümlendirme stratejileri</li><li>10. Hafta: Doğrudan pazarlama kavramı ve örnek analizleri</li><li>11. Hafta: Gerilla marketing kavramı ve örnek analizleri</li><li>12. Hafta: Cause-related marketing ve örnek analizleri</li><li>13. Hafta: Öğrenci sunumları</li><li>14. Hafta: Öğrenci sunumları</li></ol>
Kaynaklar	<p>CAYWOOD, Clarke L. (1997). The handbook of strategic public relations &amp; integrated communication, McGraw-Hill, NewYork.</p> <p>HARIS, Thomas L. , WHALEN, Patricia T. (2006) The Marketer's Guide to Public Relations in the 21st Century, South-Western Educational Pub; 1 edition.</p> <p>KOTLER, Philip (2013). Marketing management, Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J.</p> <p>PELTEKOĞLU, Filiz Balta (2018). Halkla ilişkiler nedir?, Beta Basım Yayım, İstanbul.</p> <p>THEAKER, Alison (2008). Halkla ilişkilerin el kitabı, MediaCat Kitapları, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul.</p> <p>WESTPHALEN, Marie-Hélène &amp; LIBAERT, Thierry (2009). Mercator: le guide du marketing, Nouvelle édition, Dunod.</p> <p>WILSON, Laurie J. (2008). Strategic communications planning: For effective public relations and marketing, Kendall/Hunt Pub., Dubuque, Iowa.</p>

## Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Pazarlama, Halkla İlişkiler ve Pazarlama Halkla İlişkileri kavramlarının tanımı.
2	Pazarlama halkla ilişkilerinin uygulama alanları: ürün/hizmet PR'ı ve marka PR'ı
3	Pazarla iletişimi bileşenlerinin tanımı: reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış, doğrudan pazarlama, satış geliştirme
4	Proaktif ve Reaktif Halkla İlişkiler
5	Pazarlama ürün eğrisine göre tutundurma karması uygulamaları - 1
6	Pazarlama ürün eğrisine göre tutundurma karması uygulamaları - 2
7	Ara sınav
8	Pazar bölümlendirme stratejileri
9	Hedef kitle bölümlendirme stratejileri
10	Doğrudan pazarlama kavramı ve örnek analizleri
11	Gerilla marketing kavramı ve örnek analizleri
12	Cause-related marketing kavramı ve örnek analizleri
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları