

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	<p>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.</p> <p>1. Hafta: Pazarlama, Halkla İlişkiler ve Pazarlama Halkla İlişkileri kavramlarının tanımı. 2. Hafta: Pazarlama halkla ilişkilerinin uygulama alanları: ürün/hizmet PR'ı ve marka PR'ı 3. Hafta: Pazarla iletişimi bileşenlerinin tanımı: reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış, doğrudan pazarlama, satış geliştirme 4. Hafta: Proaktif ve Reaktif Halkla İlişkiler 5. Hafta: Pazarlama ürün eğrisine göre tutundurma karması uygulamaları - 1 6. Hafta: Pazarlama ürün eğrisine göre tutundurma karması uygulamaları - 2 7. Hafta: Ara sınav 8. Hafta: Pazar bölümlendirme stratejileri 9. Hafta: Hedef kitle bölümlendirme stratejileri 10. Hafta: Doğrudan pazarlama kavramı ve örnek analizleri 11. Hafta: Gerilla marketing kavramı ve örnek analizleri 12. Hafta: Cause-related marketing ve örnek analizleri 13. Hafta: Öğrenci sunumları 14. Hafta: Öğrenci sunumları</p> <p>CAYWOOD, Clarke L. (1997). The handbook of strategic public relations & 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 & 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>						
İçerik							
Kaynaklar							

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

Hafta**Konu Başlıkları**

- | | |
|----|---|
| 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 |