

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP417	Pazarlama İletişimi	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Grup Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Pazarlama iletişimi ve bütünleşik pazarlama iletişimi kavramları tanımlanacak ve pazarlama iletişimi karma elemanlarının entegre edilmesinin kurumlar için önemi üzerinde durulacak; bütünleşik pazarlama iletişimi sürecinin iletişim temelli anahtar kavramları açıklanacak; kitle iletişim araçları ve e-medyanın bütünleşik pazarlama iletişimindeki yeri ve önemi belirtilecek; uluslar arası bağlamda pazarlama iletişiminin uygulama pratikleri standardizasyon ve adaptasyon kavramları temel alınarak açıklanacak; bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi için temel uygulama konuları olan planlama; bütçeleme, hedef-strateji ve taktik belirleme detaylı şekilde tanımlanacak ve açıklanacak; bütünleşik pazarlama iletişimi karması elemanlarından Reklam, H. İlişkiler, Satış Promosyon, Kişisel Satış tanımlanacak ve her bir karma elemanın pazarlama iletişimindeki yeri ve önemi örneklerle açıklanacak.
--------------	--

İçerik	1. Hafta: Pazarlama iletişimi temel kavramları. 2. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişiminin temel unsurları ve kurumlar için gerekliliği. 3. Hafta: Pazarlama İletişimi sürecine etki eden temel iletişim kavramları. 4. Hafta: Kitle iletişim araçları ve e-medyanın pazarlama iletişimindeki yeri ve önemi. 5. Hafta: Uluslararası bağlamda pazarlama iletişimi. 6. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi planlaması. 7. Hafta: Ara Sınav (vize). 8. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi bütçeleme. 9. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma I. 10. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma II. 11. Hafta: Reklamın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi. 12. Hafta: H.İlişkilerin bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi. 13. Hafta: Kişisel satışın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi. 14. Hafta: Satış promosyonunun bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.
--------	--

Kaynaklar	Pickton, D., Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, London: Prentice Hall. Kotler, P., Armstrong, G. 12.Edition. Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall. Odabaşı, Y., Oyman, M. (2002). Pazarlama İletişimi Yönetimi, Eskişehir: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. Hafta: Pazarlama iletişimi temel kavramları.
2	2. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişiminin temel unsurları ve kurumlar için gerekliliği.
3	3. Hafta: Pazarlama İletişimi sürecine etki eden temel iletişim kavramları.
4	4. Hafta: Kitle iletişim araçları ve e-medyanın pazarlama iletişimindeki yeri ve önemi.
5	5. Hafta: Uluslararası bağlamda pazarlama iletişimi.
6	6. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi planlaması.
7	7. Hafta: Ara Sınav (vize).
8	8. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi bütçeleme.
9	9. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma I.
10	10. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma II.
11	11. Hafta: Reklamın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.
12	12. Hafta: H.İlişkilerin bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.
13	13. Hafta: Kişisel satışın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.
14	14. Hafta: Satış promosyonunun bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.

