

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP417	Pazarlama İletişimi	7	2	2	2	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Grup Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	<p>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 iletişimideki 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 iletişimideki yeri ve önemi örneklerle açıklanacak.</p>
--------------	--

İçerik	<ol style="list-style-type: none">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 iletişimideki 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	<p>Dahlen,M., (2010). Marketing Communications: Wiley Pickton, D., Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, London: Prentice Hall. Kotler, P., Armstrong, G. 12.Edition. Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall.</p>
-----------	--

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.

