

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM338	Pazarlama İletişimi Uygulamaları 6	6	2	2	2	2	3
Ön Koşul							
Derse Kabul Koşulları							
Dersin Dili	Türkçe						
Türü	Seçmeli						
Dersin Düzeyi	Lisans						
Dersin Amacı	Bütünleşik Pazarlama İletişimi (BPİ) tanımlanacak ve bütünleşik kavramının açılımı yapılacak; BPİ karma elemanları açıklanacak; ana karma elemanları - Reklam, Pazarlama Halkla İlişkiler, Satış Promosyon, Kişisel Satış, Direkt Pazarlama, Ambalaj, POP, Dijital - Sosyal Medya - tanımlanacak; her birinin Pazarlama İletişimindeki yeri ve önemi açıklanacak; ulusal ve uluslararası önemli örnek vakalar üzerinden tartışılacak.						
İçerik	<p>1.Hafta: BPİ temel kavramları.</p> <p>2.Hafta: BPİ karma elemanı Reklamın tanımı, önemi ve iletişimdeki yeri.</p> <p>3.Hafta: Reklam için ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.</p> <p>4.Hafta: Pazarlama Halkla İlişkilerin tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.</p> <p>5.Hafta: Satış Promosyonun tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.</p> <p>6.Hafta: Kişisel Satışın tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.</p> <p>7.Hafta: Ara sınav (Vize)</p> <p>8.Hafta: Direkt Pazarlamanın tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.</p> <p>9.Hafta: Ambalajın pazarlama iletişimindeki yeri, tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.</p> <p>10.Hafta: POP'un tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.</p> <p>11.Hafta: Dijital medyanın konvansiyonel medyadan farkı ve pazarlama iletişiminde getirileri.</p> <p>12.Hafta: Sosyal Medyanın tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.</p> <p>13.Hafta: Sosyal Medya kampanya örnekleri.</p> <p>14.Hafta: Tüm karma elemanlarının genel değerlendirilmesi ve bütünleştirme çabalarının öneminin aktarılması.</p>						
Kaynaklar	<p>- Clow, K., Baack, D. (2014). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, London: Pearson.</p> <p>- Pickton, D., Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, London: Prentice Hall.</p> <p>- Related internet sites</p>						

## Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	BPİ temel kavramları.
2	BPİ karma elemanı Reklamın tanımı, önemi ve iletişimdeki yeri.
3	Reklam için ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.
4	Pazarlama Halkla İlişkilerin tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.
5	Satış Promosyonun tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.
6	Kişisel Satışın tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.
7	Ara sınav (Vize)
8	Direkt Pazarlamanın tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu
9	Ambalajın pazarlama iletişimindeki yeri, tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.
10	POP'un tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu
11	Dijital medyanın konvansiyonel medyadan farkı ve pazarlama iletişiminde getirileri.
12	Sosyal Medyanın tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu.
13	Sosyal Medya kampanya örnekleri
14	Tüm karma elemanlarının genel değerlendirilmesi ve bütünleştirme çabalarının öneminin aktarılması.