

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM338	Pazarlama İletişimi Uygulamaları	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 yapılacaktır; 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	1.Hafta: BPİ temel kavramları. 2.Hafta: BPİ karma elemanı Reklamın tanımı, önemi ve iletişimdeki yeri. 3.Hafta: Reklam için ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu. 4.Hafta: Pazarlama Halkla İlişkilerin tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu. 5.Hafta: Satış Promosyonun tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu. 6.Hafta: Kişisel Satışın tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu. 7.Hafta: Ara sınav (Vize) 8.Hafta: Direkt Pazarlamanın tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu. 9.Hafta: Ambalajın pazarlama iletişimindeki yeri, tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu. 10.Hafta: POP'un tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu. 11.Hafta: Dijital medyanın konvansiyonel medyadan farkı ve pazarlama iletişimine getirileri. 12.Hafta: Sosyal Medyanın tanımı, önemi ve ulusal ve uluslararası önemli örnek/vakaların sunumu. 13.Hafta: Sosyal Medya kampanya örnekleri. 14.Hafta: Tüm karma elemanlarının genel değerlendirilmesi ve bütünleştirme çabalarının öneminin aktarılması.
Kaynaklar	- Clow, K., Baack, D. (2014). Integrated Advertising,Promotion, and Marketing Communications, London: Pearson. - Pickton, D., Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, London: Prentice Hall. - Related internet sites

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	BPI temel kavramları.
2	BPI 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 iletişimine 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.