

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 651	Pazarlama İletişimi	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Pazarlama iletişimini ve bütünlük pazarlama iletişimini kavramları tanımlanacak ve pazarlama iletişimini karma elemanlarının entegre edilmesinin kurumlar için önemi üzerinde durulacak; bütünlük pazarlama iletişimini sürecinin iletişim temelli anahtar kavramları açıklanacak; kitle iletişim araçları ve e-medyanın bütünlük pazarlama iletişimindeki yeri ve önemi belirtilecek; uluslararası bağlamda pazarlama iletişiminin uygulama pratikleri standardizasyon ve adaptasyon kavramları temel alınarak açıklanacak; bütünlük pazarlama iletişimini yönetimi için temel uygulama konuları olan planlama; bütçeleme, hedef-strateji ve taktik belirleme detaylışekilde tanımlanacak ve açıklanacak; bütünlük pazarlama iletişimini karmaşık elemanlarından Reklam, H. İlişkiler, Satış Promosyon, Kişisel Satış tanımlanacak ve her bir karma elemanın pazarlama iletişimindeki yeri ve önemi örneklerle açıklanacak.
İçerik	<ol style="list-style-type: none">1. Hafta: Pazarlama iletişimini temel kavramları.2. Hafta: Bütünlük pazarlama iletişimini 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 iletişimini.6. Hafta: Bütünlük pazarlama iletişimini yönetimi planlaması.7. Hafta: Ara Sınav (vize).8. Hafta: Bütünlük pazarlama iletişimini bütçeleme.9. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma I.10. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma II.11. Hafta: Reklamın bütünlük pazarlama iletişimini içerisindeki yeri ve önemi.12. Hafta: H. ilişkilerin bütünlük pazarlama iletişimini13. Hafta: Kişisel satışın bütünlük pazarlama iletişimini içerisindeki yeri ve önemi.14. Hafta: Satış promosyonun bütünlük pazarlama iletişimini içerisindeki yeri ve önemi.

Kaynaklar	Pickton, D., Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, London: Prentice Hall. Kotler, P., Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall. Dahlen,M., (2010). Marketing Communications: Wiley İlgili güncel Makaleler
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------