



Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi  
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

DERS BİLGİ FORMU

DERSİN KODU		141316024	DERSİN ADI		PAZARLAMA İLETİŞİMİ	
					YARIYIL	Bahar

YARIYIL	HAFTALIK DERS SAATİ			DERSİN			
	TEORİK	UYGULAMA	LAB.	KREDİSİ	AKTS	TÜRÜ	DİLİ
6	2	0	0	2	2	Seçmeli	Türkçe

DERSİN KATEGORİSİ (AKTS Kredi Dağılımı)				
Temel Eğitim	Sanat	Tasarım	Görsel İletişim	Sosyal Bilim
				2

DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ			
DEĞERLENDİRME		Sınav Türü	Sınav Ağırlığı (%)
YARIYIL İÇİ SINAVLAR	Ara Sınav 1	Yazılı	40
YARIYIL SONU SINAVI		Yazılı	60
MAZERET SINAVI			
BÜTÜNLEME SINAVI			

<b>VARSA ÖNERİLEN ÖNKOŞUL(LAR)</b>	YOK
<b>DERSİN KISA İÇERİĞİ</b>	Pazarlama iletişimi kavramı ve kapsamı, Reklam etkinlikleri ve yönetimi, Satış ve tutundurma, Pazarlama araçlarının iletişim boyutu, Amaca yönelik pazarlama, Marka iletişimi, İletişim sürecini planlama ve etik boyut
<b>DERSİN AMAÇLARI</b>	Bu dersin amacı pazarlama iletişiminin hangi alanları kapsadığını ve ürün pazarlamasında en iyi yöntemlerin kullanılabileceğini öğretmektir.
<b>DERSİN MESLEK EĞİTİMİNİ SAĞLAMAYA YÖNELİK KATKISI</b>	1) Görsel iletişim tasarımının ve iletişimin temel kavram, eleman ve ilkelerini, tarihçesini kavrama ve diğer disiplinlerle ilişkisini kurabilme yeteneği 2) Sorgulayarak ve eleştirel düşünerek analiz yapabilme, bunu tasarımlarına yansıtabilme ve problemlere uygun çözüm önerileri getirebilme becerisi
<b>DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI</b>	Bu dersin sonucunda öğrenci, 1) Pazarlama iletişiminin önemini ve kapsamını yorumlayabilecektir 2) Pazarlama iletişimi yaklaşım ve uygulamalarını tartışabilecektir.
<b>TEMEL DERS KİTABI</b>	1) TAŞOĞLU, N.P., Pazarlama İletişimi: Bütünleşik Bir Yaklaşım, Detay Yayıncılık, 2009, ISBN: 9786055681319 2) MEERMAN, D.S., Pazarlamanın ve İletişimin Yeni Kuralları, MediaCat, 2009, ISBN: 9786055755126
<b>YARDIMCI KAYNAKLAR</b>	1) MediaCat Dergisi 2) Pazarlama Dünyası Dergisi 3) Marketing Türkiye Dergisi
<b>DERSTE GEREKLİ ARAÇ VE GEREÇLER</b>	



Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi  
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

DERSİN HAFTALIK PLANI	
HAFTA	İŞLENEN KONULAR
1	Pazarlama İletişimi Kavramı ve Kapsamı
2	Reklam Etkinlikleri ve Yönetimi
3	Halkla İlişkiler Türleri ve Araçları
4	Kişisel Satış ve Satış Gücü Yönetimi
5	Satış Tutundurma Karması ve Yönetimi
6	Ürün ve Ambalajın İletişim Boyutu
7	ARASINAVLAR
8	ARASINAVLAR
9	Dağıtım ve Fiyatın İletişim Boyutu
10	Doğrudan Pazarlama
11	Sponsorluk ve Amaca Yönelik Pazarlama
12	Marka İletişimi ve Marka Yerleştirme
13	Pazarlama İletişimi Planlama Süreci
14	Pazarlama İletişiminin Sosyal Sorumluluk ve Etik Boyutu
15,16	YARIYIL SONU SINAVI

NO	DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI	KATKI DÜZEYİ		
		1 Az	2 Orta	3 Çok
1	Görsel iletişim tasarımının ve iletişimin temel kavram, eleman ve ilkelerini, tarihçesini kavrama ve diğer disiplinlerle ilişkisini kurabilme yeteneği			x
2	Tasarım kültürünü, etiğini ve tasarımcıların hak ve sorumluluklarını kavrama yeteneği	x		
3	Sanatın ve tasarımın görsel dilini ve farklılıklarını ve estetik duyarlılığı kavrama ve tasarımlarına yansıtma becerisi	x		
4	Sorgulayarak ve eleştirel düşünerek analiz yapabilme, bunu tasarımlarına yansıtabilme ve problemlere uygun çözüm önerileri getirebilme becerisi		x	
5	Tasarım teknik ve teknolojisini tanıma; farklılıklarını, uygulama alan ve yöntemlerini kavrama becerisi	x		
6	Tasarım oluşturma sürecini, işlem basamaklarını ve üretim tekniklerini kavrama ve uygulama becerisi	x		
7	Tasarım sürecini ve tasarım bilgilerini çağın gereksinimleri ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda güncelleyebilme becerisi	x		
8	Farklı sanatsal ve endüstriyel üretim tekniklerinden yararlanma becerisi		x	
9	Ulusal ve evrensel değerleri kavrama; ulusaldan evrensele tasarım anlayışını geliştirme becerisi	x		
10	Doğanın ve çevrenin korunmasında ve eko-tasarım hakkında farkındalık	x		
11	Tasarımın önemini kavratmak ve tasarım bilincini kazandırmak için sosyal sorumluluk projeleri hazırlama becerisi	x		

Dersi Veren Öğretim Üyesi	İmza	Tarih
Latif Koşu		23.03.2015