



DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Dersin Kodu
Pazarlama İletişimi	141117005

Yarıyıl	Haftalık Ders Saati		Kredi	AKTS
	Teorik	Uygulama		
7	2	0	2	3

Dersin Kategorisi (kredi dağılımı)				
Matematik ve Temel Bilimler	Mühendislik Bilimleri	Tasarım	Genel Eğitim	Sosyal Bilimler
		2		1

Dersin Dili	Dersin Seviyesi	Dersin Türü
Türkçe	Lisans	Seçmeli

Önkoşul Dersleri	Yok
Dersin Amacı	<ul style="list-style-type: none">Bu dersin amacı pazarlama iletişiminin hangi alanları kapsadığını ve ürün pazarlamasında en iyi yöntemlerin kullanılabilmesini öğretmektir.
Dersin Kısa İçeriği	-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

Dersin Öğrenim Çıktıları	Katkı Sağladığı PÇ/PÇ'ler	Öğretim Yöntemleri *	Ölçme Yöntemleri **
Görsel iletişim tasarımının ve iletişimin temel kavram, 1 eleman ve ilkelerini, tarihçesini kavrama ve diğer disiplinlerle ilişkisini kurabilme yeteneği	2,8	1,2,3,6,15	A,D,E,G
Sorgulayarak ve eleştirel düşünerek analiz yapabilme, bunu 2 tasarımlarına yansıtabilme ve problemlere uygun çözüm önerileri getirebilme becerisi	2,8	1,2,3,6,15	A,D,E,G
3			
4			
5			
6			
8			
9			
10			

*Öğretim Yöntemleri 1:Anlatım, 2:Tartışma, 3:Deney, 4:Benzetim, 5:Soru-Yanıt, 6:Uygulama, 7:Gözlem, 8:Örnek Olay İncelemesi, 9:Teknik Gezi, 10:Sorun/Problem Çözme, 11:Bireysel Çalışma, 12:Takım/Grup Çalışması, 13:Beyin Fırtınası, 14:Proje Tasarımı / Yönetimi, 15:Rapor Hazırlama ve/veya Sunma

**Ölçme Yöntemleri A:Sınav, B:Kısa Sınav, C:Sözlü Sınav, D:Ödev, E:Rapor, F:Makale İnceleme, G:Sunum, I:Deney Yapma Becerisi, J:Proje İzleme, K:Devam; L:Juri Sınavı

Temel Ders kitabı	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
Yardımcı Kaynaklar	1) MediaCat Dergisi 2) Pazarlama Dünyası Dergisi 3) Marketing Türkiye Dergisi
Derste Gerekli Araç ve Gereçler	-

Dersin Haftalık Planı	
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	- Ürün ve Ambalajın İletişim Boyutu
8	Ara Sınavlar
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	- Pazarlama İletişiminin Sosyal Sorumluluk ve Etik Boyutu
16,17	Yarıyıl sonu sınavları

Dersin İş Yükünün Hesaplanması			
Etkinlikler	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yükü (saat)
Ders Süresi (haftalık toplam ders saati)	14	2	28
Sınıf Ders çalışma süresi (tekrar, pekiştirme, ön çalışma,...)			
Ödev	12	2	24
Kısa Sınav			
Kısa Sınav hazırlık			
Sözlü Sınav			
Sözlü Sınav hazırlık			
Rapor (Hazırlık ve sunum süresi dahil)			
Proje (Hazırlık ve sunum süresi dahil)			
Sunum (hazırlık süresi dahil)			
Derse Katılım (Hazırlık)			
Ara sınav	1	2	2
Ara Sınav hazırlık	1	12	12
Yarıyıl sonu sınavı	1	2	2
Yarıyıl sonu sınavı hazırlık	1	18	18
		Toplam iş yükü	86
		Toplam iş yükü / 30	2.86
		Dersin AKTS Kredisi	3

Değerlendirme	
Yarıyıl içi Etkinlikleri	%
Ara Sınav	40
Yarıyıl Sonu Sınavı	60
Toplam	100

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARININ PROGRAM ÇIKTILARI (PÇ) İLE OLAN İLİŞKİSİ (5: Çok yüksek, 4: Yüksek, 3: Orta, 2: Düşük, 1: Çok düşük,)		
NO	PROGRAM ÇIKTISI	Katkı
1	Kültürel, tarihsel ve sanatsal bağlamda üretim ve tüketim mekanizmalarına dair kuramsal bilgiyi tasarım pratiği ile bütünleştirebilme	
2	Tasarım süreçlerini planlayarak, uygun yöntem ve teknikleri seçme ve kullanabilme	5
3	Eleştirel ve diyalektik bir yaklaşımla tasarım problemlerini ve ilgili alt problemleri tanımlayabilme ve yaratıcı çözümler üretebilme	
4	Uzamsal düşünme ışığında tasarım ilke ve öğeleri kullanarak tasarlayabilme	
5	Estetik ve işlev etkileşiminde tasarım araçlarını kullanarak uygulama yapabilme ve bu uygulamayı değerlendirebilme	
6	İki boyutlu ve üç boyutlu tasarım araçlarını kullanarak görselleştirebilme ve sunum yapabilme	
7	Teknolojik gelişmeleri, güncel tasarım yaklaşımlarını, sürdürülebilir üretim yöntemlerini, malzemeleri ve bilişim alanındaki yenilikleri takip ederek tasarım projelerinde uygulayabilme	
8	Çevresel duyarlılık, mesleki etik ve kanunlar çerçevesinde, toplumun ve hedef kullanıcıların gereksinim ve çıkarlarını gözeterak endüstriyel tasarım projelerinde alan bilgisini kullanabilme	5
9	Bir tasarım sürecini bireysel olarak ve ekip içerisinde etkin olarak yürütebilme	
10	Ulusal ve uluslararası düzeyde disipline özgü veya disiplinler arası çalışmalarda aktif görev alabilme	

DERSİN YÜRÜTÜCÜLERİ				
Yürütücü				
İmza				

08/08/2024