|  |  |
| --- | --- |
|  | **AKTS DERS TANITIM FORMU** |
| **I. BÖLÜM (Senato Onayı)** |
| **Dersi Açan Fakülte /YO** | **İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi** |
| **Dersi Açan Bölüm** | **İşletme** |
| **Dersi Alan Program (lar)** | **Lisans Öğrencileri** | **Seçmeli** |
|  |  |
|  |  |
| **Ders Kodu**  | **BUSI 232** |
| **Ders Adı** | **Pazarlama İletişimi** |
| **Öğretim dili**  | **İngilizce** |
| **Ders Türü** | **Teorik Ders; Yüz-yüze** |
| **Ders Seviyesi** | **Lisans Düzeyi** |
| **Haftalık Ders Saati** | **Ders: 3** | **Lab:**  | **Uygulama:** | **Pratik:**  | **Stüdyo:** | **Diğer:** |
| **AKTS Kredisi** | **5** |
| **Notlandırma Türü** | **Harf Notu** |
| **Ön koşul/lar** | **BUSI 231** |
| **Yan koşul/lar** | **Yok** |
| **Kayıt Kısıtlaması** |  |
| **Dersin Amacı**  | Bu dersin amaçları;1. Öğrencilere pazarlama iletişimi niteliği ve kapsamı hakkında bilgi vermek.2. Öğrencileri bütünleştirilmiş pazarlama iletişiminin (BPİ) ana bileşenleri ile tanıştırmak.3. Öğrencilere BPİ bileşenlerinin avantaj ve dezavantajları hakkında bilgi vermek4. Öğrencilere iş durumlarını ve problemlerini analiz etme deneyimi kazandırmak.5. Öğrencilere BPİ planlama ve sunmada deneyim kazandırmak.6. Öğrencilere rapor yazma ve iş sunumlarında deneyim kazandırmak. |
| **Ders İçeriği**  | Bu ders, ticari araçlarla promosyon araçlarının kullanımını ve bunların oluşturulmasını ve yönetilmesini inceler. Ders reklam, tanıtım, kişisel satış ve satış promosyonu dahil olmak üzere promosyon karmasının incelenmesine bütünsel bir yaklaşım getirmektedir. Konular, pazarlamada tanıtımın rolünün ve ekonominin değerlendirmesini içerir; promosyon amaçlarının formülasyonu ve analizi; promosyon işlevinin planlanması, organize edilmesi ve kontrol edilmesi; yaratıcı planlama; bütçeleme ve medya seçimi. Ders, pazarlama iletişimi karmasının bireysel unsurları hakkında bir anlayış geliştirir: reklamcılık, doğrudan pazarlama, satış promosyonu ve halkla ilişkiler. Ayrıca, bunların marka, ürün veya hizmet stratejisini uygulamak ve desteklemek için bütünleştirilmiş bir program olarak nasıl yönetilebileceği konusu incelenmektedir. |
| **Öğrenim Çıktıları**  | **ÖÇ1** | 1. Pazarlama iletişimi ile ilgili terminoloji, tanımlar, kavramlar ve yöntemleri tanımlama ve açıklama.2. Pazarlama araştırması yapma ve değerlendirme.3. Pazarlama bölümlendirme ve konumlandırma kavramlarını tanımlama, tartışma ve uygulama.4. Organizasyon hedeflerine ve tüketici davranış hedeflerine ulaşmak için bir pazarlama karması karması seçme.5. Hedef kitleye ulaşmak için bütünleştirilmiş bir çapraz medya stratejisi ve kavramlarla yaratıcı mesajlar geliştirme.6. Pazarlama iletişimi etkinliğini ölçme ve değerlendirme. |
| **ÖÇ2** |
| **ÖÇ3** |
| **ÖÇ4** |
| **ÖÇ5** |
| **ÖÇ6** |
|  |
| **II. BÖLÜM (Fakülte Kurulu Onayı)** |
| **Temel Çıktılar**1= Alt seviyede destekliyor2= Orta seviyede destekliyor3= Üst seviyede destekliyor |  | **Program Çıktıları** | **ÖÇ1** | **ÖÇ2** | **ÖÇ3** | **ÖÇ4** | **ÖÇ5** | **ÖÇ6** |
| **PÇ1** | Türkçe ve İngilizce sözlü, yazılı ve görsel yöntemlerle etkin iletişim kurma rapor yazma ve sunum yapma **becerisi**. | **3** |  |  |  |  |  |
| **PÇ2** | Hem bireysel hem de disiplin içi ve çok disiplinli takımlarda etkin biçimde çalışabilme **becerisi**. |  | **2** |  |  |  |  |
| **PÇ3** | Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği **bilinci** ve bilgiye erişebilme, bilim ve teknolojideki gelişmeleri izleme ve kendini sürekli yenileme **becerisi**. |  | **3** |  |  |  |  |
| **PÇ4** | Proje yönetimi, risk yönetimi, yenilikçilik ve değişiklik yönetimi, girişimcilik ve sürdürülebilir kalkınma hakkında **bilgi**. |  | **2** | **2** | **1** |  |  |
| **PÇ5** | Sektörler hakkında **farkındalık** ve iş planı hazırlama **becerisi**. |  | **2** | **2** | **2** |  |  |
| **PÇ6** | Mesleki ve etik sorumluluk **bilinci** ve etik ilkelerine uygun **davranma**. |  |  |  |  |  |  |
| **Fakülte/YO Çıktıları**  | **PÇ7** | Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri konusunda **bilgi sahibi olma** | **1** | **1** | **1** | **2** | **1** | **1** |
| **PÇ8** | Bölümün, matematik, istatistik ve ekonomi gibi farklı disiplinlerle olan bağlantısını **anlamak.**  |  | **1** | **1** |  |  |  |
| **PÇ9** | Sosyal bilimlerde disiplinler arası yaklaşımların **farkında olmak.** |  |  |  | **2** |  |  |
| **PÇ10** | Sosyal bilimlerdeki farklı konuları güncel olaylarla ilişkilendirme **becerisine sahip olmak.** |  |  |  | **3** | **3** |  |
| **PÇ11** | Sosyal bilimlerde araştırılan konuları yazılı ve sözlü olarak **analiz edebilmek.** |  |  |  | **3** |  |  |
| **Program Çıktıları** | **PÇ12** | Çağdaş işletme **becerileri** ve temel işletmecilik işlevleri, iş araştırmaları ve bilgi teknolojileri konusunda **bilgi sahibi olma** | **1** | **2** | **2** | **2** | **1** | **1** |
| **PÇ13** | Takım halinde çalışabilme ve sorumluluk alma **becerisine** sahip olma |  | **1** | **2** |  |  |  |
| **PÇ14** | Analitik ve **eleştirel** **düşünebilme** |  | **2** | **2** |  |  |  |
| **PÇ15** | Ticari uygulamaların ve sosyal sorumluluk ve etik **davranış biçimlerine sahip** **olma** | **1** |  | **1** |  |  |  |
| **PÇ16** | İş dünyasında yazılı ve sözlü olarak etkili iletişim kurma **becerisine** sahip olma | **1** |  | **1** |  |  |  |
|  | **PÇ17** | İşletme ile ilgili konulara metodolojik ve ikincil araştırmalar yapabilme **becerisine** sahip olma |  | **1** | **1** |  |  |  |
|  | **PÇ18** | Ekonominin bireylere, topluma ve küresel ticaret gelişimine olan etkisini **anlama** |  | **1** |  |  |  |  |
|  | **PÇ19** | Sürdürülebilirlik kavramlarını yeni bir çaba yaratımına **uygulama** |  |  |  |  |  |  |
|  | **PÇ20** | Örgütsel performansla ilgili sosyal davranışın doğasını ve dinamiklerini **anlama** |  |  |  | **1** |  |  |
|  | **PÇ21** | İş problemlerini çözmek için gerekli olan matematiksel araçları **anlama** ve bu problemleri çözmek için ilgili yazılım programlarını kullanma |  |  |  |  |  |  |
|  | **PÇ22** | İş süreçlerini desteklemek ve karar vermek için bilişim teknolojisini **uygulama** |  |  |  |  |  |  |
|  | **PÇ23** | Örgütlerin küreselleşmeden nasıl etkilendiği bilgisini **gösterme** |  | **1** | **1** | **1** |  |  |
| **III. BÖLÜM (Bölüm Kurulunda Görüşülür)** |
| **Öğretilen Konular, Konuların Öğrenim Çıktılarına Katkıları ve Öğrenim Değerlendirme Metotları** | **Konu#** | **Hafta** | **Konu** | **ÖÇ1** | **ÖÇ2** | **ÖÇ3** | **ÖÇ4** | **ÖÇ5** | **ÖÇ6** |
| **K1** | 1 | Pazarlama iletişimine giriş | X | X |  |  |  |  |
| **K2** | 2 | Markalaşma | X | X |  |  |  |  |
| **K3** | 3 | Müşteri ilişkileri yönetimi | X | X | X |  |  |  |
| **K4** | 4 | Müşteri psikolojisi ve satın alma davranışı | X | X | X |  |  |  |
| **K5** | 5 | Müşteri iletişimi teorisi | X | X | X |  |  |  |
| **K6** | 6 | Pazarlama iletişimi araştırması | X | X | X |  |  |  |
| **K7** | 7 | Medya satın alma ve planlama | X | X | X |  |  |  |
|  | 8 | Ara sınav |  | X | X | X | X | X |
| **K8** | 9 | Pazarlama iletişimi araçları |  | X | X | X | X | X |
| **K9** | 10 | Uluslararası iletişim |  | X | X | X | X | X |
| **K10** | 11 | İletişim planları |  | X | X | X | X | X |
| **K11** | 12 | Satış, satış yönetimi ve anahtar hesap yönetimi |  | X | X | X | X | X |
|  | **K12** | 13 | Satış promosyonu |  | X | X | X | X | X |
|  | **K13** | 14 | Ticari satış |  | X | X | X | X | X |
| **Öğrenim Değerlendirme Metotları,** **Ders Notuna Etki Ağırlıkları, Uygulama ve Telafi Kuralları**  | **No** | **Tür**  | **Ağırlık** | **Uygulama Kuralı**  | **Telafi Kuralı** |
| **D1** | Grup ödevi 1 | %25 |  |  |
| **D2** | Grup ödevi 2 | %25 |  |  |
| **D3** | Ara sınav | %20 |  |  |
| **D4** | Final sınavı | %30 |  |  |
| **D5** |  |  |  |  |
| **D6** |  |  |  |  |
| **D7** |  |  |  |  |
| **D8** |  |  |  |  |
| **D9** |  |  |  |  |
| **Toplam** | **100%** |
| **Öğrenim Çıktılarının Kazanılmasının Kanıtı** | Öğrenciler öğrenim çıktılarını ödev, ara sınav ve final sınavları ile göstereceklerdir. |
| **Harf Notu Belirleme Metodu** | Harf notu belirleme metodu temeli ders izlencesinde belirtilmekte olup giriş dersinde açıklanmaktadır ve bölümün önceden internet sayfası üzerinden duyurduğu notlandırma kriterleri ile uyumludur. |
| **Öğretim Metotları, Tahmini Öğrenci Yükü** | **No** | **Tür** | **Açıklama** | **Saat** |
| **Öğretim elemanı tarafından uygulanan süre** |
| **1** | **Sınıf Dersi** | Haftalık ders saati | 42 |
| **2** | **Etkileşimli Ders** |  |  |
| **3** | **Problem Dersi**  |  |  |
| **4** | **Laboratuvar**  |  |  |
| **5** | **Uygulama** |  |  |
| **6** | **Saha Çalışması** |  |  |
| **Öğrencinin ayırması beklenen tahmini süre** |
| **7** | **Proje** |  |  |
| **8** | **Ödev** | Dersle ilgili ödevler | 60 |
| **9** | **Derse Hazırlık**  | Okuma ve hazırlık | 24 |
| **10** | **Ders Tekrarı** | Sınav ve sınav hazırlığı | 24 |
| **11** | **Studyo** |  |  |
| **12** | **Ofis Saati** |  |  |
| *TOPLAM* | 150 |
| **IV. BÖLÜM** |
| **Öğretim Elemanı** | **İsim** |  |
| **E-mail** |  |
| **Tel** |  |
| **Ofis** |  |
| **Görüşme saatleri** |  |
| **Ders Materyalleri** | **Zorunlu** | Smith, P., & Taylor, J. (5th ed.) Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media |
| **Önerilen** |  |
| **Diğer** | **Akademik Dürüstlük** | Hatırlanması gereken basit kural: Başkalarının emeklerini ve fikirlerini onlara kredi vermeden çalmaktan kaçının ve başkalarının sizden çalmasına izin vermeyin. Bu tür davranışlar uygun olmayan, profesyonel olmayan ve ahlak dışı davranışlardır. Akademik dürüstlük ile ilgili küçük ihlaller, ödevleriniz için "F" notu ile sonuçlanır; akademik dürüstlük ile ilgili yapılan büyük ihlaller ise ders için "F" notu ile sonuçlanacaktır. Sınavda kopya çekmek büyük bir ihlal olarak değerlendirilir. Fikirleriniz üzerine konuşmak ve arkadaşlarınızdan, öğretmenlerinizden veya sınıf arkadaşlarınızdan çalışmanız hakkında yorum almak kopya olarak kabul edilmez. Akademik dürüstlük hakkında bir sorunuz var ise, dersin öğretim elemanına danışınız. |
| **Engelli Öğrenciler** | Dersle ilgili olarak engellilik durumunuz ile bağlantılı bir düzenleme veya modifikasyon ihtiyacınız varsa, dersin öğretim elemanına başvurmalısınız. Büyük boy çıktılar, ek test süresi, doktor randevuları gibi ek destekler almak için dersin öğretim elemanının uygun bilgi ve belgelerin teminini sağlamak sizin sorumluluğunuzdadır. |
| **Güvenlik Konuları**  |  |
| **Esneklik (Değişiklikler Durumunda)**  | Öğrenciler, herhangi bir değişiklik yapılmadan önce e-postayla, çevrimiçi platformlardaki duyurularla ve önceki derslerde (öğretim elemanının konferansa katılımı, spesifik konular için ek materyal gibi) ve diğer hafifletici durumlarda (sağlık sorunları gibi) bilgilendirilir. |