

Hasan Kalyoncu Üniversitesi
İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
Ders Bilgi Formu

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U (saat/hafta)	Kredi	AKTS
Tutundurma Yönetimi	İŞL215	Güz	2 + 0	2	

Akademik Birim	İşletme
Ön-Koşul Dersleri	
Dersin Türü ve Düzeyi	Seçmeli-Lisans
Dersin Dili	Türkçe
Yılı ve Dönemi	GÜZ
Zamanı ve Yeri	
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilere pazarlama iletişimini oluşturan ilke ve uygulamalar hakkında bilgi vererek müşteriler ve diğer paydaşlar ile başarılı ilişkiler geliştirilmesine yönelik stratejik bir iletişim faaliyeti olan pazarlama iletişiminin işletme içerisinde planlanma, geliştirilme ve yürütülme süreçlerinin, bu süreçleri etkileyen faktörlerin ve çevresel koşulların anlaşılmasını sağlamaktır.
Dersin İçeriği	Dersi amacını gerçekleştirmek için neler yapılacağı...
Dersin Öğrenme Çıktıları	Dersin başarıyla tamamlanması, gerekli okuma ve faaliyetlerin yapılmış olması durumunda öğrenciler şu yetkinliklere sahip olacaklar: 1. Pazarlama iletişiminin önemini ve kapsamını yorumlayabilecektir İletişim kavramı ve sürecini açıklar. 2. Pazarlama iletişimi ve unsurlarını tanımlar. Kurumlar ve tüketiciler için pazarlama iletişiminin önemini betimler. 3. Pazarlama iletişimindeki temel gelişmeleri betimler.Pazarlama iletişimi yaklaşım ve uygulamalarını tartışabilecektir. 4. Geleneksel pazarlama iletişimi yaklaşımını ve uygulamalarını açıklar. 5. Bütünleşik pazarlama iletişimini yaklaşımını ve gelişme nedenlerini betimler. Bütünleşik pazarlama iletişiminin yararlarını ve zorluklarını yorumlar. 6. Geleneksel ve bütünleşik yaklaşımları yorumlar. Pazarlama iletişimi etkinliklerini ayırt edebilecektir. 7. Tutundurma karması olarak; reklam, halkla ilişkiler ve duyurum, satış tutundurma ve kişisel satışı betimler. 8. Pazarlama karması unsurlarından; ürün, dağıtım ve fiyatın iletişim boyutunu yorumlar. 9. Doğrudan pazarlama, sponsorluk, amaca yönelik pazarlama ve marka yerleştirme gibi diğer pazarlama iletişimi unsurlarını örneklendirir. 10. Bütünleşik bir yaklaşımla pazarlama iletişimi planı geliştirir.

	11. Pazarlama iletişiminde yeni eğilimleri ve uygulamaları yorumlayabilecektir. Tüketicilerdeki değişimleri ve bunların pazarlama iletişimi uygulamalarına etkilerini sorgular. 12. Teknolojideki değişimleri ve pazarlama iletişimine etkisini örneklendirir.
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders anlatım Tartışma Örnek olay

ÖĞRETİM ÜYESİ

Öğretim Üyesi	Fatma Gül BİLGİNER ÖZSAATCI
Ofis Saatleri	Salı 13:30-15:30 Çarşamba 13:30-15:30
E-Posta	fatmagul.bilginer@hku.edu.tr
Ders Asistanı	
E-Posta	

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık (Okumalar)	Öğrenim Çıktısı
1.	Pazarlama İletişimi Kavramı ve Kapsamı	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 1-2-3
2.	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 5-6-10
3.	Reklam Etkinlikleri ve Yönetimi	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 7
4.	Halkla İlişkiler Türleri ve Araçları	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 7
5.	Kişisel Satış ve Satış Gücü Yönetimi	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 7
6.	Satış Tutundurma Karması ve Yönetimi	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 7-8
7.	Ürün ve Ambalajın Dağıtım ve Fiyatın İletişim Boyutu	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 8
8.	ARA SINAV		
9.	Doğrudan Pazarlama	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 9
10.	Sponsorluk ve Amaca Yönelik Pazarlama	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 9
11.	Marka İletişimi ve Marka Yerleştirme	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 9
12.	Ticari Fuarlar ve Sergiler	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 9
13.	Pazarlama İletişimi Planlama Süreci	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 11
14.	Pazarlama İletişiminin Sosyal Sorumluluk ve Etik Boyutu	Pazarlama İletişimi Yönetimi kitabı ilgili bölüm	ÖÇ 3

ZORUNLU VE ÖNERİLEN OKUMALAR

Yazar soyadına göre alfabetik sırayla tüm okumalar bu kısımda listelenir.

Odabaşı, Y. ve Oyman, M (2013). Pazarlama İletişimi Yönetimi, MediaCat Kitapları.

Her Yönüyle Pazarlama İletişimi, Mediacat Yayınları

...

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

	Adet	Katkı Payı
Devam/Katılım		
Uygulama		
Saha Çalışması		
Derse Özgü Staj		
Kısa Sınavlar		
Ödev		
Sunum/Jüri		
Projeler		
Seminer		
Ara Sınavlar/Sözlü Sınav	1	40
Final Sınavı/Sözlü Sınav	1	60
Toplam		100

AKTS/İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü
Ders Saati (sınav haftası dahil)	15	3	45
Uygulama			
Derse Özgü Staj			
Saha Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)			
Sunum/Jüri			
Seminer			
Proje			

Ödevler			
Kısa Sınavlar			
Ara Sınav/Sözlü Sınav			
Final/Sözlü Sınav			
Toplam İş Yüğü			
Toplam İş Yüğü / 30 saat			
Dersin AKTS Kredisi			

PROGRAM YETERLİKLERİ VE ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ

Öğrenme çıktıları, program yeterliklerinin (EK-1) karşılandığının göstergesidir. Her çıktı en az bir program yeterliğine denk gelmelidir.

Öğrenme çıktıları ile program yeterlilikleri arasındaki ilişkinin gücünü aşağıdaki gibi rakamla ifade ediniz:

- 1=çok zayıf ilişki
2= zayıf ilişki
3= ilişkili
4= güçlü ilişki
5= çok güçlü ilişki

	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10
ÖÇ1					5					
ÖÇ2					5				5	
ÖÇ3					4					
ÖÇ4					5				4	
ÖÇ5			4							
ÖÇ6			3							
ÖÇ7	2									
ÖÇ8	2									
ÖÇ9				2						
ÖÇ10				2						
ÖÇ11							2			
ÖÇ12							2			