

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	MARKETING COMMUNICATIONS / MARKETING COMMUNICATIONS	
Ders Kodu / Course Code	HSEC213201291200	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	2.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Formal Education / Formal Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	İletişim kavramından başlayarak.pazarlama iletişimine,pazarlama iletişiminden bütünleşik pazarlama iletişimine giden yolda öğrencinin karşısına çıkabilecek kavramların doğru kullanılmasını sağlamak	Contact başlayarak.pazarl it from the concept of communication, marketing communication integrated marketing communication from the student's across the road to ensure the correct use of concepts that may arise.
İçeriği / Content	Reklam, satış promosyonu, halkla ilişkiler, doğrudan pazarlama, kitle iletişim araçları karmasını kullanarak pazarlama sektöründeki gelişmelere öğrenciyi hazırlamak	Advertising, sales promotion, public relations, direct marketing, using mixed media on developments in the marketing industry to prepare students
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Pazarlama İletişim Yönetimi -Yavuz ODABAŞI, Mine OYMAN İlave Kaynak Pazarlama İletişimi-Nihal Paşalı Taşoğlu	Pazarlama İletişim Yönetimi -Yavuz ODABAŞI, Mine OYMAN Pazarlama İletişimi-Nihal Paşalı Taşoğlu
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr.Gör.Mehmet YALÇINKAYA	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Tutundurma karması uygulamalarını karşılaştırabilme,	Promotion mix to compare practices
2	Pazarlama iletişimi etkinliklerinin planlanması ve organizasyonu yapabilme,	Marketing communications planning and organization of activities to make
3	Doğrudan pazarlama,İnternette pazarlama yöntemlerini analiz edebilme,	Direct marketing, Internet marketing methods to analyze

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama iletişimi ve kavramı				
	The concept of marketing communications and				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İletişim kavramı ve öğeleri.				
	Contact the concept and elements.				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bütünleşik pazarlama iletişimi.				
	Integrated marketing communication.				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tutundurma karması uygulamaları.				
	Promotion mix applications.				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam,Halkla İlişkiler ve duyurum				
	Advertising, PR and publicity				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kişisel satış ve satış tutundurma.				
	Personal selling and sales promotion.				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama karması unsurları ve pazarlama iletişimi.				
	Elements of the marketing mix and marketing communications.				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Arasınava				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün ve ambalaj.				
	Product and packaging.				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım ve pazarlama iletişimi.				
	Distribution and marketing communications.				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatın iletişim boyutu.				
	Price of the communication dimension.				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Doğrudan pazarlama,İnternette pazarlama.				
	Direct marketing, marketing on the Internet.				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama iletişimi etkinliklerinin planlanması ve organizasyonu.				
	Marketing communications planning and organization of events.				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama iletişimi ve etik.				
	Marketing communications and ethics.				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama iletişimi ve kavramı				
	The concept of marketing communications and				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem sonu sınavı				
	Final exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Bütünleme Sınavı / Makeup Examination	1	1.00	1.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Örnek Vaka İncelemesi / Case Study	14	1.00	14.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	6.00	6.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	9.00	9.00
Toplam / Total:	33	21.00	60.00

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes									
	1.1.1	1.1.2	2.1.1	2.1.2	3.1.1	3.1.2	3.2.1	3.2.2	3.3.1	3.4.1
1.Tutundurma karması uygulamalarını karşılaştırmak, / Promotion mix to compare practices	3			3		3		2		
2.Pazarlama iletişimi etkinliklerinin planlanması ve organizasyonu yapabilme, / Marketing communications planning and organization of activities to make		2					3			3
3.Doğrudan pazarlama,İnternette pazarlama yöntemlerini analiz edebilme, / Direct marketing, Internet marketing methods to analyze			4		3				2	

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high