

FARUK SARAÇ TASARIM MESLEK YÜKSEKOKULU
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERS ÖĞRETİM PLANLARI

DERS BİLGİLERİ

| Ders | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | Kredi | AKTS |
|----------------------|---|---------|----------|-------|------|
| Pazarlama | PR 105 | 1 | 3+0 | 3 | 4 |
| Dersin Dili | Türkçe | | | | |
| Dersin Seviyesi | Ön Lisans | | | | |
| Dersin Türü | Zorunlu | | | | |
| Dersin Ön Koşulu | Yok | | | | |
| Dersin Veriliş Şekli | Yüz yüze | | | | |
| Dersin Koordinatörü | Öğr. Gör. Yusuf KARADERE | | | | |
| Dersi Verenler | | | | | |
| Dersin Amacı | İşletmelerdeki pazarlama kavramının ve süreçlerinin öğrenciyi kazandırılarak, etkin bir pazarlama yönetimi temel bilgisinin verilmesi. İşletme amaçları doğrultusunda, marka değerinin yükseltilmesine destek olacak pazarlama iletişim tekniklerinin gösterilmesi ve istenen kitleye ulaşılabilme sağlanmak. | | | | |

| Dersin Öğrenme Kazanımları | 1 | <i>Pazarlama kavramını açıklar.</i> |
|----------------------------|---|---|
| | 2 | <i>Pazarlama anlayışındaki gelişmeleri açıklar.</i> |
| | 3 | <i>Pazarlama karmasını açıklar.</i> |
| | 4 | <i>Stratejik pazarlama yönetimini açıklar.</i> |
| | 5 | <i>Pazar bölümlendirme ve hedef Pazar seçimi konularını açıklar.</i> |
| | 6 | <i>Ürün, fiyat, pazarlama iletişimi konularını analiz eder.</i> |
| | 7 | <i>Pazarlama yönetiminde organizasyonu ve denetimi açıklar.</i> |
| | 8 | <i>Pazarlama alanında edinilen bilgileri kullanarak durum analizleri yapar.</i> |

DERSİN İÇERİĞİ

| Hafta | Teorik | Uygulama |
|-------|---|----------|
| 1 | Pazarlama İletişimi Kavramı ve Özellikleri | |
| 2 | Bütünleşik Pazarlama İletişimi | |
| 3 | Pazarlama iletişimde Ürün, Marka ve Ambalaj | |
| 4 | Pazarlama İletişiminde Dağıtım ve Fiyat, | |
| 5 | Pazarlama İletişiminde Tutundurma Karması | |
| 6 | Reklam ve Halkla İlişkiler | |

| | | |
|---|---|----------------------|
| 7 | ARA SINAV | |
| 8 | Doğrudan ve Dolaylı Pazarlama | |
| 9 | Sponsorluk Çalışmalarının Önemi | |
| 10 | Uluslararası Pazarlama | |
| 11 | Doğrudan Pazarlama ve İnternette Pazarlama | |
| 12 | Pazarlama İletişiminin Planlanması ve Uygulanması | |
| 13 | Pazarlama Yönetiminde Organizasyon | |
| 14 | Kriz Döneminde Pazarlama İletişimi | |
| KAYNAKLAR | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - İsmet MUCUK, Pazarlama İlkeleri - Sezar KORKMAZ-Zeliha ESER- Sevgi Ayşe ÖZTÜRK, Pazarlama - Salih Seçkin SEVİNÇ, Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya - Prof. Dr. Erdoğan KOÇ , Hizmet Pazarlaması ve Yönetimine Giriş - Prof. Dr. Ahmet Hamdi İSLAMOĞLU, Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK, Tüketici Davranışları | | |
| DEĞERLENDİRME | | |
| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayısı | Katkı Yüzdesi |
| Ara Sınav | 1 | 40 |
| Ödev | 0 | 0 |
| Yıl Sonu Sınavı | 1 | 60 |
| Toplam | 2 | 100 |
| Yıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı | 40 | |
| Finalin Başarıya Oranı | 60 | |
| Toplam | 100 | |
| Açıklama | | |