

FARUK SARAÇ TASARIM MESLEK YÜKSEKOKULU
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM İKİNCİ ÖĞRETİM 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 öğrenciye kazandırılarak, etkin bir pazarlama yönetimi temel bilgisinin verilmesi. İşletme amaçları doğrultusunda, marka değerinin yükseltilmesine destek olacak pazarlama iletişim tekniklerinin gösterilmesi ve istenen kitleye ulaşılabilmeği sağlamak.				

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		