

**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 İletişimi  | PR 304   | 4       | 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 bilgisini aktarabilmek. |         |          |       |      |

| Dersin Öğrenme Kazanımları | 1 | <i>Pazarlama iletişim kavramlarını bilir.</i>   |
|----------------------------|---|---|
|                            | 2 | <i>Pazarlama iletişiminin önemini kavrar.</i>   |
|                            | 3 | <i>Pazarlama iletişim sürecini açıklar.</i>   |
|                            | 4 | <i>Pazarlama iletişim tekniklerini tasarlayıp, uygular.</i>                                 |
|                            | 5 | <i>Pazarlama iletişim unsurlarını analiz edip, işletme için en uygun olana karar verir.</i> |
|                            | 6 | <i>Hedef kitle temas noktalarını tespit edebilir</i>  |
|                            | 7 | <i>Müşteri ilişkileri yönetimi hakkında bilgi sahibi olur.</i>                              |

**DERSİN İÇERİĞİ**

| Hafta | Teorik  | Uygulama |
|-------|---|----------|
| 1     | Pazarlama Kavramı ve Pazarlamanın Gelişimi        |          |
| 2     | Pazarlama Çevresi, Pazarlamada Stratejik Planlama |          |
| 3     | Pazarlama Araştırması                             |          |
| 4     | Tüketici Pazarları                                |          |
| 5     | Endüstriyel ve Uluslararası Pazarlar              |          |
| 6     | Pazar Bölümlendirme, Hedefleme ve Konumlandırma   |          |
| 7     | <b>ARA SINAV</b>                                  |          |
| 8     | Endüstriyel ve Uluslararası Pazarlar              |          |

|    |   |  |
|----|---|--|
| 9  | Pazar Bölümlendirme                         |  |
| 10 | Hedefleme ve Konumlandırma                  |  |
| 11 | Doğrudan Pazarlama ve İnternetten Pazarlama |  |
| 12 | Dağıtım Kanalları                           |  |
| 13 | Pazarlama Yönetiminde Organizasyon          |  |
| 14 | Ürün ve Fiyat                               |  |

#### KAYNAKLAR

- Salih GÜNEY "Sosyal Psikoloji"
- Prof. Dr. Hamdi İSLAMOĞLU, Remzi ALTUNIŞIK; Tüketici Davranışları
- Sezer KORKMAZ, Zeliha ESER, Sevgi Ayşe ÖZTÜRK; Pazarlama Kavramlar, İlkeler, Kararlar
- Yavuz ODABAŞI, Mine OYMAN; Pazarlama İletişimi Yönetimi
- Nihal PAŞALI TAŞOĞLU, Pazarlama İletişim Bütünleşik Bir Yaklaşım

#### DEĞERLENDİRME

| Yarıyıl İçi Çalışmaları             | Sayısı     | Katkı Yüzdesi |
|-------------------------------------|------------|---------------|
| Ara Sınav                           | 1          | 40            |
| Ödev                                | 0          | 0             |
| Yıl Sonu Sınavı                     | 1          | 60            |
| <b>Toplam</b>                       | <b>2</b>   | <b>100</b>    |
| Yıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı | 40         |               |
| Finalin Başarıya Oranı              | 60         |               |
| <b>Toplam</b>                       | <b>100</b> |               |
| Açıklama                            |            |               |