

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|---|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Reklamcılık için Temel Pazarlama | ADV 102 | Bahar | 02+04+00 | Seçmeli | 4 | 7 |
| Akademik Birim: | Reklamcılık Bölümü | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | -- | | | | | |
| Dersin Amacı: | Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none">• Sektördeki firmalardaki pazarlama fonksiyonlarını kavraması• Başarılı pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasında pazarlama bilgisini kullanma yöntemlerini anlaması beklenmektedir | | | | | |
| Dersin İçeriği: | Bu ders, özellikle çağdaş pazarlama teorisini oluşturan temel terimler, çerçeveler ve yaklaşımların yanı sıra pratik iş çevrelerindeki uygulamalarına odaklanan temel düzeyde bir pazarlama dersidir. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">• 1- Pazarlamanın temel ilkelerini ve anahtar terimleri anlama becerisi• 2- Kendi kendine pazarlamayı anlama yeteneği• 3- Pazarlama işlevini, tüketiciler için pazarlamanın önemini, iş stratejileri geliştirme ve uygulama becerisi | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Temel Pazarlama 2. Pazarlamanın 4P'si 3. Entegre Pazarlama İletişimi (IMC) Modüller, modül içerisinde analiz edilecek olan kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden gözlemlerini sunmaları ve bilgiyi içselleştirebilmek için kavramla ilgili küçük projeler yapmaları istenir. Projelerin notların P'sini kapsamaktadır alır, notlar öğretim elemanı tarafından değerlendirilir. Yazılı projeler ve sunumlar P olarak derecelendirilir. | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|--|---|
| 1 | Oryantasyon Haftası (Ders planı tanıtımı) | |
| 2 | Pazarlama Alanı ve Tüketici Davranışı | Kotler & Armstrong 2018 ch.3 |
| 3 | Segmentasyon, Hedefleme ve Konumlandırma | Kotler & Armstrong 2018 ch.5 |
| 4 | Pazarlama ve Toplum, Sosyal Sorumluluk ve Etik | Kotler & Armstrong 2018 ch.7 & project paper |
| 5 | Modül Proje Sunumları | Kotler & Armstrong 2018 ch.20 & an oral presentation about the module and delivering project reports. |
| 6 | Ürün | Kotler & Armstrong 2018 ch.8 |
| 7 | Fiyat-Konum | Kotler & Armstrong 2018 ch.10-11 |
| 8 | Promosyon | Kotler & Armstrong 2018 ch.12-13 & project paper |
| 9 | Modül Proje Sunumları | Kotler & Armstrong 2018 ch.19 & an oral presentation about the module and delivering project reports |
| 10 | IMC Reklam, Satış Promosyonu ve PR | Kotler & Armstrong 2018 ch.15&16 |
| 11 | IMC: Dijital, Sosyal Medya ve Mobil Pazarlama | Kotler & Armstrong 2018 ch.17 |

| | | |
|----|-------------------------------|---|
| 12 | Uluslararası Global Marketing | Kotler & Armstrong 2018 ch.19 & project paper |
| 13 | Modül Proje Sunumları | Kotler & Armstrong 2018 ch.19 & project paper |
| 14 | Ders inceleme haftası | |

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Philip Kotler and Gary Armstrong, Principles of Marketing, 17th edition, GE Pearson. 2018

DİĞER KAYNAKLAR

| |
|--|
| |
|--|

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı | Katkı Payı (%) |
|-------------------------|-----------|----------------|
| Katılım | 12 | - |
| Proje | 3 | 50 |
| Sunum/Jüri | 3 | 50 |
| Total: | 18 | 100 |

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|--------------------------------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |
| Proje | 3 | 24 | 72 |
| Sunum/Jüriye Hazırlık | 3 | 15 | 45 |
| Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler | 8 | 2 | 16 |
| Toplam İş Yüğü (saat): | | | 175 |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

| # | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

| | | | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|
| OC1 | | | | | | | | |
| OC2 | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek