

# 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"><li>• Sektördeki firmalardaki pazarlama fonksiyonlarını kavraması</li><li>• Başarılı pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasında pazarlama bilgisini kullanma yöntemlerini anlaması beklenmektedir</li></ul>					
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"><li>• <b>1-</b> Pazarlamanın temel ilkelerini ve anahtar terimleri anlama becerisi</li><li>• <b>2-</b> Kendi kendine pazarlamayı anlama yeteneği</li><li>• <b>3-</b> Pazarlama işlevini, tüketiciler için pazarlamanın önemini, iş stratejileri geliştirme ve uygulama becerisi</li></ul>					
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
<b>Total:</b>	<b>18</b>	<b>100</b>

## 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
<b>Toplam İş Yüğü (saat):</b>			<b>175</b>

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------

OC1													
OC2													
OC3													

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek