

PAZARLAMA İLETİŞİMİ VE REKLAMCILIK

1	Ders Adı:	PAZARLAMA İLETİŞİMİ VE REKLAMCILIK
2	Ders Kodu:	ISL5113
3	Ders Türü:	Seçmeli
4	Ders Seviyesi	Yüksek Lisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	1
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	1
7	Dersin AKTS Kredisi:	5.00
8	Teorik Ders Saati (saat/Hafta)	2.00
9	Uygulama Ders Saati(saat/Hafta)	0.00
10	Laboratuvar Ders Saati (saat/hafta) :	0
11	Dersin Önkoşulu:	Yok
12	Dersin Dili:	Türkçe
13	Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze
14	Dersin Koordinatörü:	Prof. Dr. ERKAN ÖZDEMİR
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	Prof. Dr. Erkan Özdemir
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	Prof. Dr. Erkan Özdemir E-posta: eozdemir@uludag.edu.tr Telefon: 0224 294 11 53 Adres: Uludağ Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, Görükle, Nilüfer 16059 - Bursa
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	Bu dersin amacı, işletmelerin pazarlama iletişimi ve reklam faaliyetlerinin içeriği, izlenen stratejiler ve gerçekleştirilen uygulamalar konusunda öğrencilerinin bilgi ve becerilerini geliştirmektir.
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	Bu dersi alan öğrencilerimiz, işletmelerde pazarlama iletişimi ve reklam faaliyetlerinin nasıl yapıldığını, ne tür stratejilerin izlendiğini konusunda bilgi ve beceri kazanacaklardır. Bu sayede öğrenciler, bir işletmenin pazarlama iletişimi ve reklam yönetim ve uygulamalarını gerçekleştirebilecek düzeye gelebileceklerdir.
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	Pazarlama iletişimi ve reklamın işletme içindeki önemini ve rolünü anlama
	2	Pazarlama iletişimi ve reklama ilişkin işletme içindeki planlamaları yapabilme
	3	Reklam ajanslarını, türlerini ve yaptıkları faaliyetleri öğrenme ve uygun reklam ajanslarını seçebilme
	4	Reklam kampanyası süreçlerine hakim olma ve reklam karar verenleri tarafından süreçleri takip edebilme bilgi ve becerisine sahip olma
	5	Pazarlama iletişimi ve reklam yaratıcı çalışmaları için reklam ajanslarına etkin bir şekilde brief verebilme, sunulan reklam planını değerlendirebilme
	6	Geleneksel ve dijital reklam ortamlarının özelliklerini öğrenme ve kullanım yerlerini anlama
	7	Pazarlama iletişimi ve reklam için bütçe ayırma yöntemlerini öğrenme ve bütçeyi iletişim karmasına göre planlayabilme

	8	Reklam etkinlik ölçümünde kullanılan yöntemleri öğrenme ve pazarlama iletişimi ve reklamın başarısını değerlendirebilme
	9	Güncel reklam uygulamalarını ve yeni teknolojik trendleri öğrenme
	10	Reklamda etik olmayan uygulamaların farkına varma ve bu tür uygulamalardan kaçınma
21	Dersin İçeriği:	
Hafta	DERS İÇERİKLERİ	
	Teorik	Uygulama
1	Pazarlama iletişimi ve reklamcılık kavramları ve pazarlamadaki yeri ve önemi	
2	Pazarlama iletişimi türleri ve reklam sınıflandırmaları	
3	Pazarlama iletişimi ve reklam planlama süreci	
4	Reklam ajansları, türleri ve faaliyetleri	
5	Reklam kampanyası kavramı ve reklam kampanyası yönetim süreçleri	
6	Reklam üretiminde yaratıcı çalışmalar ve izlenen stratejiler	
7	Geleneksel reklam ve pazarlama iletişim ortam ve özellikleri	
8	Dijital reklam ve pazarlama iletişim ortam ve özellikleri	
9	Pazarlama iletişim karmasının oluşturulmasında medya planlaması	
10	Pazarlama iletişimi ve reklam bütçesi ayırma yöntemleri ve reklam medyalarının fiyatlandırma yöntemleri	
11	Geleneksel ve dijital ortamlarda reklam etkinlik ölçümü ve kullanılan yöntemler	
12	Reklamcılık sektörünün mevcut durumu ve sektöre ilişkin gelecek projeksiyonları	
13	Reklam sektöründe etik olmayan uygulamalar ve örnek olaylar	
14	Uygulamadaki pazarlama iletişimi ve reklam örneklerini değerlendirme ve ödev sunumu	
22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	Kenneth E. Clow and Donald Baack, (Çev. R. Gülay Öztürk), Bütünleşik Reklam, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi, Nobel Yayınları, Nisan 2016, Ankara. Muazzez Babacan, Nedir Bu reklam, Beta Yayınları, 2012 Fusun Kocabaş ve Müge Elden, Reklamcılık, kavramlar, kararlar, kurumlar, iletişim yayınları, İstanbul; W. Glenn Griffin, Deborah Morrison, The Creative Process Illustrated: How Advertising's Big Ideas Are Born; Larry Percy Strategic advertising management, Oxford University Press.
23	Değerlendirme	
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI		SAYISI KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav		0 0.00
Kısa Sınav		0 0.00
Ödev		1 40.00
Yıl Sonu Sınavı		1 60.00
Toplam		2 100.00

Yıl içi çalışmalarının Başarıya Oranı	40.00
Finalin Başarıya Oranı	60.00
Toplam	100.00
Kullanılan Ölçme ve Değerlendirme Yaklaşımları	Ölçme ve değerlendirme için ödev ve klasik yazılı sınav uygulanır.

24 AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU

ETKİNLİK	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Teorik Dersler	14	2.00	28.00
Uygulamalı Dersler	0	0.00	0.00
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	3.00	42.00
Ödevler	1	30.00	30.00
Projeler	0	0.00	0.00
Arazi Çalışmaları	0	0.00	0.00
Arasınavlار	0	0.00	0.00
Diğer	0	0.00	0.00
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50.00	50.00
Toplam İş Yüğü			150.00
Toplam İş Yüğü / 30 saat			5.00
Dersin AKTS Kredisi			5.00

25

PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE DERS ÖĞRETİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU

	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16
ÖK1	4	3	2	1	1	2	1	1	1	1	3	1	0	0	0	0
ÖK2	4	4	3	4	4	4	3	1	1	1	4	3	0	0	0	0
ÖK3	3	4	2	4	3	1	1	1	1	1	3	1	0	0	0	0
ÖK4	4	4	3	3	2	4	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0
ÖK5	4	5	4	4	3	4	5	4	1	1	4	1	0	0	0	0
ÖK6	4	5	3	3	2	3	4	1	1	1	3	3	0	0	0	0
ÖK7	3	4	2	5	1	1	3	1	1	1	4	3	0	0	0	0
ÖK8	3	4	5	1	1	4	3	1	1	1	3	4	0	0	0	0
ÖK9	3	1	1	1	3	1	3	4	1	1	3	4	0	0	0	0
ÖK10	4	1	4	2	1	1	1	1	1	5	3	4	0	0	0	0

ÖK: Öğrenme kazanımlar PY: Program yeterlilikleri

Katkı Düzeyi:	1 çok düşük	2 Düşük	3 Orta	4 Yüksek	5 Çok Yüksek
---------------	-------------	---------	--------	----------	--------------