

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L	Türü Z / S	KHAS Kredisi	AKTS
Reklamcılık için Temel Pazarlama	AD 104	2	3+0+0	S	3	6

Akademik Birim	Reklamcılık
Öğrenim Türü	Örgün
Ön Koşullar	N/A
Öğrenim Dili	İngilizce
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Koordinatörü	Yard. Doç. Dr. Ayşe Binay Kurultay
Dersi Verenler	Yard. Doç. Dr. Ayşe Binay Kurultay
Dersin Yardımcıları	
Dersin Amacı	<p>Bu dersi alan öğrencilerin</p> <ul style="list-style-type: none">Piyasa sisteminde ve toplumda reklam ve pazarlamanın yeri ve etkisini anlamasıPazarlamanın temel terminoloji, kavram ve ilkelerini öğrenerek reklamın pazarlama karmasındaki yerini ve rolünü anlaması <p>beklenmektedir.</p>
Dersin İçeriği	Ders, pazarlamaya pazarlama karması, segmentasyon, konumlandırma ve marka yaratma gibi pazarlama kavramlarına giriş niteliğindedir.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ)	<p>Bu dersi başarıyla bitiren öğrenciler:</p> <ul style="list-style-type: none">Pazarlamayı bir toplumdaki ve bir kurumdaki yerini ve etkisini anlayacakPazar karması oluşturabilmek için gerekli verileri belirleyip kullanacakReklam ve pazarlama pratiklerini ve bu pratiklerin etik boyutlarının toplumla ilişkilerini kritik açıdan değerlendirebilecek,Vaka analizlerinin çözümlemesini yapabilecek ve vaka ile ilgili öneri sunabileceklerdir.
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Sunumlar, vaka çalışmaları

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	(Post)-Modern Pazarlama Düşüncesine Giriş	İlk hafta ön hazırlık gerekmemektedir.
2	Pazarlama Alanları	Jobber, David (2010) Principles & Practice of Marketing 6/e McGraw-Hill., Bölüm 2
3	Pazarlama Analizi: Çevre, Segmentasyon, ve Konumlandırma	Jobber, David (2010) Principles & Practice of Marketing 6/e McGraw-Hill., Bölüm 3 ve Bölüm 8
4	Pazarlama Karması: Ürün	Jobber, David (2010) Principles & Practice of Marketing 6/e McGraw-Hill., Bölüm 9 ve Bölüm 10
5	Pazarlama Karması: Promosyon Vaka Analizleri: White Horse Viski, Beckham & Ronaldo	Jobber, David (2010) Principles & Practice of Marketing 6/e McGraw-Hill., Bölüm 13 ve Bölüm 16
6	Pazarlama Karması: Fiyat Vaka Analizi: Easyjet ve Ryanair	Jobber, David (2010) Principles & Practice of Marketing 6/e McGraw-Hill., Bölüm 12
7	Sınava Hazırlık	

8	Pazarlama Karması: Mecra Vaka analizi: ASOS	Jobber, David (2010) Principles & Practice of Marketing 6/e McGraw-Hill., Bölüm 17
9	Tüketici Davranışı Vaka Analizi: Cappuccino Wars	Jobber, David (2010) Principles & Practice of Marketing 6/e McGraw-Hill., Bölüm 4
10	Rakipler ve Pazarlama Vaka Analizi: General Motors	Jobber, David (2010) Principles & Practice of Marketing 6/e McGraw-Hill., Bölüm 19 ve Bölüm 20
11	Pazarlamada Etik, Pazarlama ve Etik	Jobber, David (2010) Principles & Practice of Marketing 6/e McGraw-Hill., Bölüm 6
12	Misafir Konuşmacı	
13	Öğrenci Sunumları	
14	Sınava Hazırlık	

Ders Notu	Ders notları Blackboard üzerinden öğrencilerle paylaşılacaktır.
Diğer Kaynaklar	<p>Borden, N. H. (1964). The concept of the marketing mix. <i>Journal of advertising research</i>, 4(2), 2-7.</p> <p>Brown, S. (1995). Postmodern marketing.</p> <p>Holt, D. B. (2004). <i>How brands become icons: The principles of cultural branding</i>. Harvard Business Press.</p> <p>Holt, D., & Cameron, D. (2010). <i>Cultural strategy: Using innovative ideologies to build breakthrough brands</i>. OUP Oxford.</p> <p>Schroeder, J. E., Salzer-Mörling, M., & Askegaard, S. (2006). <i>Brand culture</i>. Taylor & Francis.</p> <p>Van Waterschoot, W., & Van den Bulte, C. (1992). The 4P classification of the marketing mix revisited. <i>The Journal of Marketing</i>, 83-93.</p> <p>http://www.adweek.com/advertising-branding</p>

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI (ÖÇ)/PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) MATRİSİ

	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10			
ÖÇ1		3	2		1			3						
ÖÇ2			2		2		3		3					
ÖÇ3			2	3		2	3							
ÖÇ4			2		1	1	1			3				

3	Üst Seviyede Destekleniyor	2	Orta Seviyede Destekleniyor	1	Alt Seviyede Destekleniyor
---	----------------------------	---	-----------------------------	---	----------------------------

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ			AKTS / İŞ YÜKÜ			
Yarıyıl Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)	Etkinlikler	Sayı	Süre	Toplam İş Yüğü (Saat)
Katılım			Ders Saati	14	3	42
Laboratuvar			Laboratuvar			
Uygulama			Uygulama			
Arazi Çalışması			Arazi Çalışması			
Proje	1	30	Proje	1	25	25
Ödev			Ödev			
Sunum/Jüri			Sunum/Jüriye Hazırlık			
Derse Özgü Staj			Derse Özgü Staj			
Diğer Uygulamalar (Seminer, stüdyo kritiği, workshopvb)			Diğer Uygulamalara Hazırlık (Seminer, stüdyo kritiği, workshopvb)			
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (Okuma, bireysel çalışmavb)			Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (Okuma, bireysel çalışmavb)	12	3	36
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	30	Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar (Sınav süresi ve sınava hazırlık)	1	20	20

Final Sınavı	1	40	Final Sınavı(Sınav süresi ve sınav hazırlık)	1	27	27
TOPLAM	29	%100	TOPLAM İŞ YÜKÜ			150 Saat 6 AKTS
AKTS kredisi, toplam iş yükünün 25'e bölümüdür. (1 AKTS = 25 saatlik iş yükü)						