**DERS TANITIMI**

DERS ADI: Tanıtım ve Promosyon Stratejileri

DERS KODU: PRL414

**BÖLÜM / ANABİLİM DALI:** Halkla ilişkiler/ İletişim Fakültesi

**AKADEMİK PROGRAM: Lisans**

**Lisans / Yüksek Lisans / Doktora**

DÖNEM: 2015-2016 Bahar

KREDİ: 3

Günü/Saati/Yeri: Dönem Programı Belli Olduğu Zaman Netleşir.

TEORİK/UYGULAMALI: Teorik

ZORUNLU/ŞEÇMELİ: Zorunlu

DERS DİLİ: Türkçe

**İLETİŞİM**

Adı-Soyadı, Unvan ve e-mail adresi: Yrd. Doç. Dr. Nuran Öze, Öğretim Üyesi, nuran.oze@neu.edu.tr

**AMAÇ VE HEDEFLER:**

1. Pazarlama iletişiminin gelişimi ile ilgili bilgi vermek
2. Bütünleşik pazarlama iletişimine geçişi anlamlandırmak ve gerekliliğini pekiştirmek

Bütünleşik pazarlama iletişiminin tüm unsurlarının teker teker incelemek ve hangi durumlarda kullanılmaları gerektiğini anlatmak

**DERS İÇERİĞİ:**

**1. Hafta:** Dersin Amaçlarını ve Sürecini Tanıma

**2. Hafta:** Pazarlama İletişimi Kavramını Anlama

**3.Hafta:** Bütünleşik Pazarlama İletişimi Nedir? Pazarlamanın İletişiminin Gelişim Süreci

**4.Hafta:** Pazarlama İletişimi Bütçesi Belirleme Metotları

**5.Hafta:** Kişisel Satış

**6.Hafta:** Satış Geliştirme

**7.Hafta:** Reklam

**8.Hafta:** Halkla İlişkiler

**9.Hafta:** Hazırlık Sınavı

**10.Hafta:** ARA SINAVLAR

**11.Hafta:** Doğrudan Pazarlama

**12.Hafta:** İnternette Pazarlama

**13.Hafta:** Pazarlama İletişimi Etkinliklerinin Planlanması

**14.Hafta:** Pazarlama İletişimi Etkinliklerinin Organizasyonu

**15.Hafta:** Örnek Olay İncelemeleri ve Ödev Sunumları

**16.Hafta:** Ders Tekrarı ve Hazırlık Sınavı

**17.Hafta:** Final Sınavları

**DEĞERLENDİRME YÖNTEMLERİ**

Konu anlatımı

Karşılıklı tartışma

Hazırlık sınavları

Konuyla ilgili örnek olay incelemeleri

Kimi zaman prezantasyon uygulamaları

Ödevler

Vize

Final

**ÖN KOŞULLAR ve ÖNERİLER:**

PRL201 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş dersini vermiş olmak avantajdır.

Marketing Türkiye, MediaCat gibi pazarlama alanında yayınlanan süreli dergilerin takibi önerilir.

İnternet üzerinden konu ile ilgili araştırmalar, kitaplar üzerinden araştırmalar, süreli yayın taramaları, örnek olay incelemeleri ve pazarlama iletişimi üzerine makalelerin takibi önerilir.

**DERS KİTABI / ÖNERİLEN OKUMA LİSTESİ:**

**Temel Kaynaklar**

Odabaşı, Yavuz ve Oyman, Mine (2004). Pazarlama İletişimi Yönetimi. 4. Basım. Eskişehir: MediaCat Yayınları.

Mucuk, İsmet (2001). Pazarlama İlkeleri. 13. Basım. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

**Yardımcı Kaynaklar:**

Pira, Aylin, Kocabaş, Füsun ve Yeniçeri, Mine (2005). Küresel Pazarda Marka Yönetimi ve Halkla İlişkiler. İstanbul: Dönence Yayınları.

Bozkurt, İzzet (2000). Bütünleşik Pazarlama İletişimi. Ankara: MediaCat Yayınları.

Garih, Üzeyir (2000). Pazarlama, Tanıtım, Halkla İlişkiler. İstanbul: Hayat Yayınları.

Cemalcılar, İlhan (Aralık 1999). Pazarlama: Kavramlar Kararlar. Tıpkı Basım. İstanbul: Beta Yayınları.