

Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler (İngilizce)

Lisans

TYYÇ: 6. Düzey

QF-EHEA: 1. Düzey

EQF-LLL: 6. Düzey

Ders Genel Tanıtım Bilgileri

Ders Kodu:	HRE201								
Ders İsmi:	Pazarlama İletişimi								
Ders Yarıyılı:	Bahar								
Ders Kredileri:	<table><thead><tr><th>Teorik</th><th>Pratik</th><th>Kredi</th><th>AKTS</th></tr></thead><tbody><tr><td>3</td><td>0</td><td>3</td><td>6</td></tr></tbody></table>	Teorik	Pratik	Kredi	AKTS	3	0	3	6
Teorik	Pratik	Kredi	AKTS						
3	0	3	6						
Öğretim Dili:	TR								
Ders Koşulu:									
Ders İş Deneyimini Gerektiriyor mu?:	Hayır								
Dersin Türü:	Üniversite Seçmeli								
Dersin Seviyesi:	<table><tbody><tr><td>Lisans</td><td>TYYÇ:6. Düzey</td><td>QF-EHEA:1. Düzey</td><td>EQF-LLL:6. Düzey</td></tr></tbody></table>	Lisans	TYYÇ:6. Düzey	QF-EHEA:1. Düzey	EQF-LLL:6. Düzey				
Lisans	TYYÇ:6. Düzey	QF-EHEA:1. Düzey	EQF-LLL:6. Düzey						
Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze								
Dersin Koordinatörü:	Doç. Dr. ZEYNEP GENEL								
Dersi Veren(ler):	Doç. Dr. NEZAHAT HANZADE URALMAN Doç. Dr. ZEYNEP GENEL								
Dersin Yardımcıları:									

Dersin Amaç ve İçeriği

Dersin Amacı:	Bu dersin amacı, öğrencilere modern pazarlama iletişimi süreçlerini bütünlük bir bakış açısıyla kavratmaktır. Ders kapsamında, farklı pazarlama iletişimi araçlarının (reklam, halkla ilişkiler, doğrudan pazarlama, dijital pazarlama, satış promosyonları, etkinlik yönetimi vb.) nasıl stratejik bir şekilde bir araya getirildiği ele alınır.
Dersin İçeriği:	Bütünlük Pazarlama İletişimi dersinde, pazarlama iletişiminin temel bileşenleri ve günümüz dijital

İçeriği: ekosistemindeki dönüşümü ele alınmaktadır. Ders kapsamında: Pazarlama karmasına yönelik çağdaş yaklaşımlar ve entegre pazarlama iletişimi stratejileri, pazarlama iletişimde hedef kitle analizinin entegrasyonu ve segmentasyonu anlama, iletişim hedeflerine yönelik pazarlama iletişimi stratejik planının oluşturulması, farklı pazarlama iletişimi yöntemlerinin entegrasyonu, teknoloji ile etkileşimi ve dijitalleşme sürecinin iş dünyasına etkileri, dijital ve mobil platformlardan yararlanma biçimleri, satın alma noktasında iletişim kampanyalarının oluşturulması yapay zeka stratejilerinin bütünlük pazarlama iletişimde kullanımı, etik ve yasal kurallar.

Öğrenme Kazanımları

Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler;

Öğrenme Kazanımları

1 - Bilgi

Kuramsal - Olgusal

1) Bütünlük pazarlama iletişimi (BPI) kavramını, marka yönetimi ile ilişkisini, temel tüketici davranışı kavramlarını tanımlar. BPI planlama sürecinin temel aşamalarını sıralar ve aralarındaki temel ilişkiyi açıklar.

2 - Beceriler

Bilişsel - Uygulamalı

1) Pazarlama iletişimi sorununu hedef kitle, değer önerisi, mesaj stratejisi ve kanal karması açısından analiz ederek uygun iletişim hedeflerini belirler.

2) Pazarlama iletişimi planını paydaşlara etkili biçimde sunar, geri bildirimleri yapıcı biçimde yöneterek ortak karar geliştirmeye katkı sağlar.

3 - Yetkinlikler

İletişim ve Sosyal Yetkinlik

1) pazarlama iletişimiyle ilgili temel kavram ve teorileri aktarır ve sergiler.

Öğrenme Yetkinliği

1) Hedef kitle ve tüketiciyi tanımlar, pazarlama iletişimi hedefleriyle ilişkilendirir.

Alana Özgü Yetkinlik

1) Pazarlama iletişimi stratejik plan ve uygulamalarını analiz eder, yorumlar, tasarlar.

Bağımsız Çalışabilme ve Sorumluluk Alabilme Yetkinliği

Ders Akış Planı

Hafta	Konu	Ön Hazırlık
1)	<ul style="list-style-type: none">• Ders içeriğinin tanımlar.• Pazarlama kavramını ve bileşenlerini açıklar.• Tüketici merkezli pazarlama karması yaklaşımlarını açıklar.• Pazarlamada üretim, ürün ve satış anlayışını açıklar.• Bütünsel pazarlama anlayışını tanımlar.	Ders içeriğinin ve kitabının gözden geçirilmesi
2)	<ul style="list-style-type: none">• Pazarlamanın gelişim sürecinde yararlanılan bilgi teknolojilerinin listeler.• Pazarlamanın gelişim sürecinde bilgi teknolojilerinin yarattığı değişimleri açıklar.• Bilgi teknolojileriyle ortaya çıkan yeni pazarlama yaklaşımlarını açıklar.• Bilgi teknolojileriyle ortaya çıkan yeni uygulamaları tanımlar.• Modern pazarlama ve geleneksel pazarlamayı karşılaştırır.	Final projesi çalışmasının başlatılması İlgili ders notlarının okunması
3)	<ul style="list-style-type: none">• Bilgi teknolojilerindeki gelişmelerin pazarlamaya etkilerini anlatır.• İnternet ortamında pazarlama yöntemlerinin anlatır ve planlar.• Veri tabanlarının pazarlamada etkili kullanımının değerlendirir.• Pazarlamada veri tabanlarına dayalı strateji geliştirmenin yollarını açıklar.• Veri tabanlarının kullanımının rekabet açısından önemini açıklar.	Final projesi çalışmasının başlatılması İlgili ders notlarının okunması
4)	<ul style="list-style-type: none">• İnternet ortamının etkili marka iletişime yönelik katkılarını açıklar.• Pazarlamayı web 1.0 boyutu ve web 2.0 boyutuyla açıklar ve karşılaştırır.• Web 2.0 ile ortaya çıkan tüketici davranışlarındaki değişimi değerlendirir.• Web 2.0 ortamının araçlarını ve platformlarını özellikleri bakımından tanımlar.• Web 2.0 ortamının araçlarını ve platformlarını tüketici davranışlarını etkilemesi bakımından değerlendirir.	Final proje çalışmasının sürdürülmesi Örneklerin değerlendirilmesi. İlgili ders notlarının okunması
5)	<ul style="list-style-type: none">• Sosyal medya pazarlamasını açıklar.• Sosyal medya pazarlamasındaki yöntemleri planlar.• Sosyal medya pazarlamasına yönelik strateji geliştirir.• Sosyal medya pazarlaması ile yeni ortaya çıkan yöntemlerin uygulama biçimlerini anlatır.• Sosyal medya pazarlaması çalışmalarını değerlendirir.	Final proje çalışmasının sürdürülmesi İlgili ders notlarının okunması
6)	<ul style="list-style-type: none">• Popüler sosyal medya araçlarında pazarlama çalışmalarını anlatır.• Sosyal medya araçlarındaki pazarlama çalışmalarını değerlendirir.• Sosyal ilişki ağlarını pazarlama açısından etkili kullanmayı açıklar.• Sosyal ilişki ağlarındaki kurumsal uygulamaları pazarlamaya etkileri bakımından değerlendirir.• Ürün odaklı ve kurumsal odaklı markalama çalışmalarını sosyal medya üzerinde planlamayı açıklar.	Final proje çalışmasının sürdürülmesi İlgili ders notlarının okunması
7)	GENEL TEKRAR • Veri tabanlarının ve verilerin pazarlama amacıyla kullanımının işletmelere sağladığı yararların açıklanması • Sosyal medyanın pazarlama açısından gerekli iletişimsel özelliklerini tanımlar. • Tüketicilerin sosyal ağlara kayması ve geleneksel kanallara güveninin azalmasıyla birlikte	Final proje çalışmasının sürdürülmesi İlgili ders notlarının

	<p>pazarlama yöntemlerinde bir dönüşümü değerlendirir. • Sosyal medya pazarlamasının geleneksel pazarlamadan farkını tanımlar.</p>	<p>okunması</p>
8)	<p>• Blogların pazarlama iletişimindeki yerini açıklar. • Blog türlerini açıklar. • Blogların, blog sahipleri için sağladığı temel özellikler ve yararları açıklar. • Organizasyonların blog sahipleriyle iletişim kurma yöntemlerini açıklar. • Kurumsal blogların pazarlama ve halkla ilişkiler amaçlı kullanım yollarını anlatır.</p>	<p>Final proje çalışmasının sürdürülmesi İlgili ders notlarının okunması</p>
9)	<p>• Mikroblogu tanımlar. • Mikroblogların pazarlama iletişimindeki yerini ve işlevini açıklar. • Kurumların mikrobloglamadan sağladığı yararı açıklar. • Mikroblog kullanımı ve tüketici davranışları arasındaki ilişkiyi çözümler. • Mikrobloglardan pazarlama stratejisi oluşturmada nasıl yararlanılacağını açıklar.</p>	<p>Final proje çalışmasının sürdürülmesi İlgili ders notlarının okunması</p>
10)	<p>• “YouTube” ve “Flickr” türü medya paylaşım sitelerinin pazarlamada kullanım amaçlarını açıklar. • Pod yayınlarının pazarlamada kullanım amacını ve yöntemlerini açıklar. • Pod yayınlarının pazarlamada kullanım yöntemlerini açıklar. • B2B iletişimde podcast kullanım yollarını açıklar. • Pod yayınlarının çeşitli kullanım alanlarını açıklar.</p>	<p>Final proje çalışmasının sürdürülmesi İlgili ders notlarının okunması</p>
11)	<p>• Mobil pazarlama kavramını açıklar. • Mobil pazarlama stratejilerini açıklar. • Dünyada mobil pazarlamanın gelişim sürecini anlatır. • Mobil pazarlamanın amaçlarını sıralar. • Mobil teknolojilerle doğan yeni pazarlama kurgularını anlatır.</p>	<p>Final proje çalışmasının sürdürülmesi Sınıf içi ortaya çıkan konular hakkında değerlendirme yazısının yazılması</p>
12)	<p>• ARA SINAV 2 • Pazarlama iletişiminde blogların kullanım amacı ve yöntemlerini açıklar. • Pazarlama iletişiminde mikroblogların kullanım amacı ve yöntemini açıklar. • Pazarlama iletişiminde medya paylaşım sitelerinin kullanım amacı ve yöntemini açıklar. • Mobil pazarlama stratejilerini değerlendirir.</p>	<p>Sınıfta tartışmak üzere ilgili konularla örnek çalışmaların araştırılması.</p>
13)	<p>• Sosyal pazarlama kavramını tanımlar. • Yeşil pazarlamayı tanımlar. • Yeşil pazarlamaya yönelik iletişim uygulamalarını açıklar. • Gerilla pazarlamayı tanımlar. • Gerilla pazarlamada kullanılan iletişim yöntemlerini açıklar.</p>	<p>Örneklerin değerlendirilmesi. Sınıf içi tartışma.</p>
14)	<p>• Etkileşimli pazarlama kavramını açıklar. • Etkileşimli pazarlama kapsamındaki uygulamaları anlatır. • Ağızdan ağıza pazarlama kavramını açıklar. • Ağızdan ağıza pazarlama uygulamalarını açıklar. • Güncel pazarlama trendlerini karşılaştırır.</p>	<p>Örneklerin değerlendirilmesi. Sınıf içi tartışma.</p>
15)	<p>• Final Sınavı • Final Sunumu. • Çeşitli pazarlama trendleri kapsamında gerçekleştirilen iletişim uygulamalarını anlatır. • Çeşitli pazarlama trendleri</p>	<p>Öğrenci sunumları Örneklerin</p>

kapsamında gerçekleştirilen iletişim uygulamalarının etkilerini değerlendirir. • Pazarlama trendlerini karşılaştırır.

incelenmesi ve değerlendirilmesi Sınıf içi tartışma.

Kaynaklar

Ders Notları / Kitaplar:	Clow, K.E., Baack, D. (2020). Bütünleşik Reklam, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi, Nobel
Diğer Kaynaklar:	Clow, K.E., Baack, D. (2020). Bütünleşik Reklam, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi, Nobel Percy, L. (2023). Strategic Integrated Marketing Communications, Taylor & Francis.

Ders - Program Öğrenme Kazanım İlişkisi

Ders Öğrenme Kazanımları	1	2	5	3	4	6
Program Kazanımları						
1) Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler disiplininin temel kavramlarını açıklayabilir, kullanabilir ve sınıflandırabilir.						
2) Türkiye siyaseti, karşılaştırmalı siyaset, uluslararası ilişkiler, siyaset felsefesi, siyaset sosyolojisi, uluslararası hukuk alanlarında araştırmalar yapabilir, verileri analiz edebilir, raporlayıp sunabilir.						
3) Siyasal gelişmelerin yerel ve küresel dinamiklerini analiz ederek eleştirel açıdan değerlendirebilir.						
4) Farklı disiplinlerden edindiği bilgileri sentezleyip kurumsal hayat, uluslararası kurumlar ve çok-kültürlü ortamlarda çalışabilme becerisi kazanır.						
5) İnsan hakları, toplumsal cinsiyet eşitliği, etik değerler ve kültürel çeşitliliğin siyasal, toplumsal ve mesleki yaşamdaki önemini kavrar.						
6) Ulusal ve uluslararası kurumlar, kamu ve özel sektör ile sivil toplum kurumlarının işleyiş ve karar alma mekanizmalarını analiz edebilir.						
7) Güncel siyasetin ulusal ve küresel boyutlarını yorumlayabilir.						
8) Sözlü ve yazılı iletişim araçlarını etkin kullanarak akademik ve profesyonel ortamda tutarlı argümanlar geliştirebilir.						
9) İnsanlar, kurumlar ve devletler arası tarihsel ve güncel çatışmaları analiz ederek problem çözme yetisi kazanır.						
10) Alanında İngilizce yazılmış belgelerin içeriğini okuyup, anlayabilir, tercüme edebilir.						

Ders - Öğrenme Kazanımı İlişkisi

Etkisi Yok	1 En Düşük	2 Düşük	3 Orta	4 Yüksek	5 En Yüksek

	Dersin Program Kazanımlarına Etkisi	Katkı Payı
1)	Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler disiplininin temel kavramlarını açıklayabilir, kullanabilir ve sınıflandırabilir.	
2)	Türkiye siyaseti, karşılaştırmalı siyaset, uluslararası ilişkiler, siyaset felsefesi, siyaset sosyolojisi, uluslararası hukuk alanlarında araştırmalar yapabilir, verileri analiz edebilir, raporlayıp sunabilir.	
3)	Siyasal gelişmelerin yerel ve küresel dinamiklerini analiz ederek eleştirel açıdan değerlendirebilir.	
4)	Farklı disiplinlerden edindiği bilgileri sentezleyip kurumsal hayat, uluslararası kurumlar ve çok-kültürlü ortamlarda çalışabilme becerisi kazanır.	
5)	İnsan hakları, toplumsal cinsiyet eşitliği, etik değerler ve kültürel çeşitliliğin siyasal, toplumsal ve mesleki yaşamdaki önemini kavrar.	
6)	Ulusal ve uluslararası kurumlar, kamu ve özel sektör ile sivil toplum kurumlarının işleyiş ve karar alma mekanizmalarını analiz edebilir.	
7)	Güncel siyasetin ulusal ve küresel boyutlarını yorumlayabilir.	
8)	Sözlü ve yazılı iletişim araçlarını etkin kullanarak akademik ve profesyonel ortamda tutarlı argümanlar geliştirebilir.	
9)	İnsanlar, kurumlar ve devletler arası tarihsel ve güncel çatışmaları analiz ederek problem çözme yetisi kazanır.	
10)	Alanında İngilizce yazılmış belgelerin içeriğini okuyup, anlayabilir, tercüme edebilir.	

Öğrenme Etkinliği ve Öğretme Yöntemleri

Akran Değerlendirmesi	✓
Anlatım	✓
Grup çalışması ve ödevi	✓
Okuma	✓
Ödev	✓

Seminer	✓
Soru cevap/ Tartışma	✓
Örnek olay çalışması	✓

Ölçme ve Değerlendirme Yöntemleri ve Kriterleri

Yazılı Sınav (Açık uçlu sorular, çoktan seçmeli, doğru yanlış, eşleştirme, boşluk doldurma, sıralama)	✓
Ödev	✓
Grup Projesi	✓
Sunum	✓
Akran Değerlendirmesi	✓
Bilgisayar Destekli Sunum	✓
Örnek olay sunma	✓

Ölçme ve Değerlendirme

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Aktivite Sayısı	Katkı Payı
Sunum	7	% 0
Seminer	3	% 0
Ara Sınavlar	1	% 50
Final	1	% 50
Yazma Ödev Dosyası	5	% 0
Toplam		% 100
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARININ BAŞARI NOTU KATKISI		% 50
YARIYIL SONU ÇALIŞMALARININ BAŞARI NOTUNA KATKISI		% 50
Toplam		% 100

İş Yükü ve AKTS Kredisi Hesaplaması

Aktiviteler	Aktivite Sayısı	Süre (Saat)	İş Yükü
Ders Saati	1	50	50

Sunum / Seminer	1	10	10
Ödevler	1	30	30
Küçük Sınavlar	1	10	10
Ara Sınavlar	1	20	20
Rapor Teslimi	1	5	5
Final	1	20	20
Toplam İş Yüğü			145