

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Integrated Marketing Communications / Integrated Marketing Communications	
Ders Kodu / Course Code	EHIR330	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Ön koşul bulunmamaktadır.	There are no prerequisites.
Amacı / Purpose	Bütünleşik Pazarlama İletişimi dersinin amacı, pazarlama karması elemanlarının (ürün, fiyat, dağıtım kanalları ve tutundurma) entegrasyonu ve tutundurma karması araçlarının (kişisel satış, satış geliştirme, doğrudan satış, pazarlama halkla ilişkileri ve reklam) entegrasyonu konularının, teorik ve uygulama yönleriyle ele alınarak incelenmesidir.	The aim of the Integrated Marketing Communications course is to examine the integration of marketing mix elements (product, price, distribution channels and promotion) and the integration of promotional mix tools (personal sales, sales development, direct sales, marketing public relations and advertising) with theoretical and practical aspects. .
İçeriği / Content	Bütünleşik Pazarlama İletişimi dersi kapsamında, bir marka, kurum ya da müşteri için tutundurma amaçlı iletişim stratejisi geliştirebilmede gerekli olan bilgiler teorileri, kavramları ve uygulama yönleriyle ele alınıp irdelenecektir. Bu bağlamda kişisel satış, satış geliştirme, doğrudan satış, pazarlama halkla ilişkileri ve reklam gibi unsurlar ayrıntılarıyla incelenecek ve bir markanın 360 derece reklam kampanyası tasarlanacaktır.	Within the scope of Integrated Marketing Communication course, the information necessary to develop a promotional communication strategy for a brand, institution or customer will be discussed in terms of theories, concepts and application aspects. In this context, elements such as personal sales, sales development, direct sales, marketing public relations and advertising will be examined in detail and a brand's 360 -degree advertising campaign will be designed.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	•Ders notları, Güncel makaleler, •Nurhan Babür Tosun vd., Reklam Yönetimi, 2018, İstanbul: Beta Basım •Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık, 2009, İstanbul: Say Yayınları •Tolon, M., Zengin, A.Y., Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi, 2016, Ankara: Detay Yayıncılık •Odabaşı, Y., Oyman, M., Pazarlama İletişimi Yönetimi, 2009, İstanbul, Mediacat •Altunışık, R.,Özdemir, Ş., Torlak, Ö., Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, 2014, Beta Yayıncılık	•Lecture notes, Current articles, •Nurhan Babür Tosun vd., Reklam Yönetimi, 2018, İstanbul: Beta Basım •Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık, 2009, İstanbul: Say Yayınları •Tolon, M., Zengin, A.Y., Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi, 2016, Ankara: Detay Yayıncılık •Odabaşı, Y., Oyman, M., Pazarlama İletişimi Yönetimi, 2009, İstanbul, Mediacat •Altunışık, R.,Özdemir, Ş., Torlak, Ö., Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, 2014, Beta Yayıncılık
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğretim Üyesi Sezgi Turfanda	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Bütünleşik Pazarlama İletişimi kavramına ilişkin temel terminoloji, teori ve kavramları tanımlar.	Defines the basic terminology, theory and concepts related to Integrated Marketing Communications.
2	Pazarlama alanında, ürün, fiyat, dağıtım kanalı ve tutundurma yöntemlerinde kullanılan stratejileri açıklar.	Explains the strategies used in marketing, product, price, distribution channel and promotion methods.
3	Pazarlama İletişimi karmasında yer alan elemanları (kişisel satış, satış geliştirme, doğrudan satış, pazarlama halkla ilişkileri ve reklam) tanımlar.	Defines the elements in the Marketing Communication mix (personal selling, sales promotion, direct selling, marketing public relations and advertising).
4	Bütünleşik pazarlama ve iletişim planlama aşamalarına uygun kampanya dizayn eder	Designs campaigns suitable for integrated marketing and communication planning stages.
5	Bütünleşik Pazarlama İletişimi ile ilgili kuram ve yapıları uygulama yöntemleriyle ilişkilendirir.	Relates theories and structures related to Integrated Marketing Communications to application methods.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İletişimi Kavramı				
	communication concept				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Kavramı ve Pazarlama İletişimi				
	Marketing Concept and Marketing Communication				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bütünleşik Pazarlama İletişimi Araçları - I				
	Integrated Marketing Communication Tools - I				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bütünleşik Pazarlama İletişimi Araçları - II				
	Integrated Marketing Communication Tools - II				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam Kavramı				
	Advertising concept				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamın İletişim ve İşleyiş Sürecine İlişkin Modeller				
	Models Regarding the Communication and Operational Process of Advertising				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Stratejik Reklam Kampanya Planlaması				
	Strategic Advertising Campaign Planning				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bütünleşik Pazarlama İletişimi kapsamında, Temel Yaratıcı Stratejiler				
	Basic Creative Strategies in Integrated Marketing Communications				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Çeşitli Reklam Ortamlarında Reklam Tasarımı ve Uygulamaları- I				
	Advertising Design and Applications in Various Advertising Mediums-I				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Çeşitli Reklam Ortamlarında Reklam Tasarımı ve Uygulamaları- II				
	Advertising Design and Applications in Various Advertising Mediums-II				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medya ve Etkileyen (Influencer) Pazarlama				
	Social Media and Influencer Marketing				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İçerik (Content) Pazarlaması ve Entegre Kampanyalar				
	Content Marketing and Integrated Campaigns				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sunumları				
	Final Presentations				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	30.00	30.00
Derse Katılım / Attending Lectures	7	14.00	98.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	30.00	30.00
Toplam / Total:	11	76.00	160.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 160.00/25.00 = 6.40 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 160.00 / 25.00 = 6.40 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Bütünleşik Pazarlama İletişimi kavramına ilişkin temel terminoloji, teori ve kavramları tanımlar. / Defines the basic terminology, theory and concepts related to Integrated Marketing Communications.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.Pazarlama alanında, ürün, fiyat, dağıtım kanalı ve tutundurma yöntemlerinde kullanılan stratejileri açıklar. / Explains the strategies used in marketing, product, price, distribution channel and promotion methods.	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3.Pazarlama İletişimi karomasında yer alan elemanları (kişisel satış, satış geliştirme, doğrudan satış, pazarlama halkla ilişkileri ve reklam) tanımlar. / Defines the elements in the Marketing Communication mix (personal selling, sales promotion, direct selling, marketing public relations and advertising).	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4.Bütünleşik pazarlama ve iletişim planlama aşamalarına uygun kampanya dizayn eder / Designs campaigns suitable for integrated marketing and communication planning stages.	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5.Bütünleşik Pazarlama İletişimi ile ilgili kuram ve yapıları uygulama yöntemleriyle ilişkilendirir. / Relates theories and structures related to Integrated Marketing Communications to application methods.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high