

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Marketing Communication Management / Marketing Communication Management	
Ders Kodu / Course Code	PIO506	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master with Thesis / Master with Thesis	
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	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	-	-
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama iletişimi kavramını, stratejilerini ve araçlarını öğretmektir. Ders, iletişim süreci, pazarlama iletişimi stratejileri, marka iletişimi, reklam yaratım süreci, medya planlama ve satın alma, halkla ilişkiler, satış promosyonları, sponsorluk ve etkinlik pazarlaması, dijital pazarlama iletişimi ve entegre pazarlama iletişimi gibi konuları kapsamaktadır.	The aim of this course is to teach students the concept of marketing communication, its strategies and tools. The course covers topics such as communication process, marketing communication strategies, brand communication, advertising creation process, media planning and purchasing, public relations, sales promotions, sponsorship and event marketing, digital marketing communication and integrated marketing communication.
İçeriği / Content	Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama iletişimi kavramını, stratejilerini ve araçlarını öğretmektir. Ders, iletişim süreci, pazarlama iletişimi stratejileri, marka iletişimi, reklam yaratım süreci, medya planlama ve satın alma, halkla ilişkiler, satış promosyonları, sponsorluk ve etkinlik pazarlaması, dijital pazarlama iletişimi ve entegre pazarlama iletişimi gibi konuları kapsamaktadır.	The aim of this course is to teach students the concept of marketing communication, its strategies and tools. The course covers topics such as communication process, marketing communication strategies, brand communication, advertising creation process, media planning and purchasing, public relations, sales promotions, sponsorship and event marketing, digital marketing communication and integrated marketing communication.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	-	-
Staj Durumu / Internship Status	-	-
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	-	-
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenciler, pazarlama iletişimi kavramlarını anlayacak ve pazarlama iletişimi stratejilerini oluşturabileceklerdir.	Students will understand marketing communication concepts and be able to develop marketing communication strategies.
2	Öğrenciler, hedef kitleyi belirleyip segmente ederek etkili iletişim stratejileri geliştirebileceklerdir.	Students will be able to identify and segment the target audience to develop effective communication strategies.
3	Dersi tamamlayan öğrenciler, farklı pazarlama iletişimi araçlarını kullanarak pazarlama iletişimi kampanyaları planlayıp uygulayabileceklerdir.	Students completing the course will be able to plan and implement marketing communication campaigns using various marketing communication tools.
4	Öğrenciler, pazarlama iletişimi stratejilerini değerlendirerek başarılarını ölçebilecek ve iyileştirme fırsatları belirleyebileceklerdir.	Students will be able to evaluate their marketing communication strategies, measure their success, and identify opportunities for improvement.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dersin Amacı ve İçeriği				
	Course Objectives and Content				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama İletişimi Kavramı				
	Concept of Marketing Communication				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İletişim Süreci ve Araçları				
	Communication Process and Tools				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama İletişimi Stratejileri				
	Marketing Communication Strategies				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka İletişimi				
	Brand Communication				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam Yaratım Süreci				
	Advertising Creation Process				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlama ve Satın Alma				
	Media Planning and Buying				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla İlişkiler				
	Public Relations				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış Promosyonları				
	Sales Promotions				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sponsorluk ve Etkinlik Pazarlaması				
	Sponsorship and Event Marketing				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Pazarlama İletişimi				
	Digital Marketing Communication				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Entegre Pazarlama İletişimi				
	Integrated Marketing Communication				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama İletişimi Değerlendirme				
	Evaluation of Marketing Communication				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama İletişimi Planlaması				
	Marketing Communication Planning and Strategy				
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	72.00	72.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	76.00	76.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	4	150.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 150.00/25.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 25.00 = 6.00 ~ 6.00			

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.Öğrenciler, pazarlama iletişimi kavramlarını anlayacak ve pazarlama iletişimi stratejilerini oluşturabileceklerdir. / Students will understand marketing communication concepts and be able to develop marketing communication strategies.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.Öğrenciler, hedef kitleyi belirleyip segmente ederek etkili iletişim stratejileri geliştirebileceklerdir. / Students will be able to identify and segment the target audience to develop effective communication strategies.	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
3.Dersi tamamlayan öğrenciler, farklı pazarlama iletişimi araçlarını kullanarak pazarlama iletişimi kampanyaları planlayıp uygulayabileceklerdir. / Students completing the course will be able to plan and implement marketing communication campaigns using various marketing communication tools.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4.Öğrenciler, pazarlama iletişimi stratejilerini değerlendirerek başarılarını ölçebilecek ve iyileştirme fırsatları belirleyebileceklerdir. / Students will be able to evaluate their marketing communication strategies, measure their success, and identify opportunities for improvement.	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