

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Experience-Based Marketing / Experience-Based Marketing	
Ders Kodu / Course Code	PIO508	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master without Thesis / Master without 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	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilere deneyim bazlı pazarlama kavramını ve stratejilerini öğretmektir. Ders, tüketici davranışı ve deneyimler, deneyim tasarımı ve yaratıcılık, deneyim platformları ve etkileşim, duyuşal pazarlama ve marka deneyimi gibi konuları kapsamaktadır.	The aim of this course is to teach students the concept and strategies of experience-based marketing. The course covers topics such as consumer behavior and experiences, experience design and creativity, experience platforms and interaction, sensory marketing and brand experience.
İçeriği / Content	Bu dersin amacı, öğrencilere deneyim bazlı pazarlama kavramını ve stratejilerini öğretmektir. Ders, tüketici davranışı ve deneyimler, deneyim tasarımı ve yaratıcılık, deneyim platformları ve etkileşim, duyuşal pazarlama ve marka deneyimi gibi konuları kapsamaktadır.	The aim of this course is to teach students the concept and strategies of experience-based marketing. The course covers topics such as consumer behavior and experiences, experience design and creativity, experience platforms and interaction, sensory marketing and brand experience.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Yok	None
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Deneyimsel Pazarlamanın Temellerini Anlamak: Deneyimsel pazarlamanın doğasını, yararlarını ve tarihsel gelişimini kavramak.	Understand the Fundamentals of Experiential Marketing: Grasp the nature, benefits, and historical evolution of experiential marketing.
2	Deneyimsel Pazarlama Stratejilerini Geliştirmek: Farklı deneyimsel pazarlama türlerini tanımlamak ve bunların etkin bir şekilde uygulanmasını sağlayan stratejileri geliştirmek.	Develop Experiential Marketing Strategies: Identify different types of experiential marketing and develop strategies for their effective implementation.
3	Deneyimsel Pazarlama Kampanyalarını Planlamak ve Uygulamak: Hedefleri belirlemek, kitleleri tanımlamak ve deneyimsel kampanyaların kapsamını planlamak.	Plan and Execute Experiential Marketing Campaigns: Plan the scope of experiential campaigns by defining objectives, identifying target audiences, and developing content.
4	Deneyimsel Pazarlama Kampanyalarının Etkisini Ölçmek: Deneyimsel pazarlama girişimlerinin etkisini ölçmek için ölçümler ve araçlar belirlemek.	Measure the Impact of Experiential Marketing Campaigns: Determine metrics and tools for measuring the impact of experiential marketing initiatives.
5	Trendleri ve En İyi Uygulamaları Takip Etmek: Sektördeki son deneyimsel pazarlama trendlerini ve en iyi uygulamalarını belirlemek.	Stay Abreast of Trends and Best Practices: Identify the latest trends and best practices in experiential marketing within the industry.

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
	Deneyim Bazlı Pazarlama Kavramı				
	Concept of Experiential Marketing				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Davranışı ve Deneyimler				
	Consumer Behavior and Experiences				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Deneyim Tasarımı ve Yaratıcılık				
	Experience Design and Creativity				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Deneyim Platformları ve Etkileşim				
	Experience Platforms and Interaction				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Duyusal Pazarlama ve Marka Deneyimi				
	Sensory Marketing and Brand Experience				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Deneyim Odaklı Reklam ve İletişim				
	Experience-Oriented Advertising and Communication				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Deneyim Yönetimi ve Müşteri Sadakati				
	Experience Management and Customer Loyalty				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Deneyim ve Teknoloji				
	Digital Experience and Technology				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Etkileşimli Etkinlikler ve Eğlence				
	Interactive Events and Entertainment				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Deneyim Ölçümleri ve Analiz				
	Experience Measurement and Analysis				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Deneyim İnovasyonu ve Trendler				
	Experience Innovation and Trends				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sürdürülebilir Deneyim ve Marka				
	Sustainable Experience and Brand				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Geleceğin Deneyimleri ve Öngörüler				
	Future Experiences and Forecasts				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İç 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.Deneyimsel Pazarlamanın Temellerini Anlamak: Deneyimsel pazarlamanın doğasını, yararlarını ve tarihsel gelişimini kavramak. / Understand the Fundamentals of Experiential Marketing: Grasp the nature, benefits, and historical evolution of experiential marketing.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.Deneyimsel Pazarlama Stratejilerini Geliştirmek: Farklı deneyimsel pazarlama türlerini tanımlamak ve bunların etkin bir şekilde uygulanmasını sağlayan stratejileri geliştirmek. / Develop Experiential Marketing Strategies: Identify different types of experiential marketing and develop strategies for their effective implementation.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3.Deneyimsel Pazarlama Kampanyalarını Planlamak ve Uygulamak: Hedefleri belirlemek, kitleleri tanımlamak ve deneyimsel kampanyaların kapsamını planlamak. / Plan and Execute Experiential Marketing Campaigns: Plan the scope of experiential campaigns by defining objectives, identifying target audiences, and developing content.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4.Deneyimsel Pazarlama Kampanyalarının Etkisini Ölçmek: Deneyimsel pazarlama girişimlerinin etkisini ölçmek için ölçümler ve araçlar belirlemek. / Measure the Impact of Experiential Marketing Campaigns: Determine metrics and tools for measuring the impact of experiential marketing initiatives.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5.Trendleri ve En İyi Uygulamaları Takip Etmek: Sektördeki son deneyimsel pazarlama trendlerini ve en iyi uygulamalarını belirlemek. / Stay Abreast of Trends and Best Practices: Identify the latest trends and best practices in experiential marketing within the industry.	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