



**ESOGÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi**  
**Endüstriyel Tasarım Bölümü**  
**DERS BİLGİ FORMU**

DÖNEM    Güz

|                    |           |                   |                     |
|--------------------|-----------|-------------------|---------------------|
| <b>DERSİN KODU</b> | 141316024 | <b>DERSİN ADI</b> | PAZARLAMA İLETİŞİMİ |
|--------------------|-----------|-------------------|---------------------|

| YARIYIL  | HAFTALIK DERS SAATİ   |          |               | DERSİN  |              |                         |        |
|--|---|----------|---------------|---------|--------------|-------------------------|--------|
|  | Teorik  | Uygulama | Laboratuvar   | Kredisi | AKTS         | Türü                    | Dili   |
| 7  | 2   | 0        | 0             | 2       | 3            | ZORUNLU ( ) SEÇMELİ (X) | Türkçe |
| <b>DERSİN KATEGORİSİ</b>                                 |   |          |               |         |              |                         |        |
| Temel Eğitim   | Tasarım   |          | Fen Bilimleri |         | Sosyal Bilim |                         | Sanat  |
|  | X   |          |               |         |              |                         |        |
| <b>DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ</b>                           |   |          |               |         |              |                         |        |
| YARIYIL İÇİ  | <b>Faaliyet Türü</b>  |          | <b>Sayı</b>   |         | <b>%</b>     |                         |        |
|  | I. Ara Sınav  |          | 1             |         | 40           |                         |        |
|  | II. Ara Sınav   |          |               |         |              |                         |        |
|  | Kısa Sınav  |          |               |         |              |                         |        |
|  | Ödev  |          |               |         |              |                         |        |
|  | Proje   |          |               |         |              |                         |        |
|  | Rapor   |          |               |         |              |                         |        |
| Diğer (.....)  |   |          |               |         |              |                         |        |
| <b>YARIYIL SONU SINAVI</b>                               |   |          | 1             |         | 60           |                         |        |
| <b>VARSA ÖNERİLEN ÖNKOŞUL(LAR)</b>                       |   |          |               |         |              |                         |        |
| <b>DERSİN KISA İÇERİĞİ</b>                               | -Pazarlama iletişimi kavramı ve kapsamı, Reklam etkinlikleri ve yönetimi, Satış ve tutundurma, Pazarlama araçlarının iletişim boyutu, Amaca yönelik pazarlama, Marka iletişimi, İletişim sürecini planlama ve etik boyut  |          |               |         |              |                         |        |
| <b>DERSİN AMAÇLARI</b>                                   | -Bu dersin amacı pazarlama iletişiminin hangi alanları kapsadığını ve ürün pazarlamasında en iyi yöntemlerin kullanılabilmesini öğretmektir.  |          |               |         |              |                         |        |
| <b>DERSİN MESLEK EĞİTİMİNİ SAĞLAMAYA YÖNELİK KATKISI</b> | -1) Görsel iletişim tasarımının ve iletişimin temel kavram, eleman ve ilkelerini, tarihçesini kavrama ve diğer disiplinlerle ilişkisini kurabilme yeteneği 2) Sorgulayarak ve eleştirel düşünerek analiz yapabilme, bunu tasarımlarına yansıtabilme ve problemlere uygun çözüm önerileri getirebilme becerisi |          |               |         |              |                         |        |
| <b>DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI</b>                          | -Bu dersin sonucunda öğrenci, 1) Pazarlama iletişiminin önemini ve kapsamını yorumlayabilecektir 2) Pazarlama iletişimi yaklaşım ve uygulamalarını tartışabilecektir.   |          |               |         |              |                         |        |
| <b>TEMEL DERS KİTABI</b>                                 | -1) TAŞOĞLU, N.P., Pazarlama İletişimi: Bütünleşik Bir Yaklaşım, Detay Yayıncılık, 2009, ISBN: 9786055681319 2) MEERMAN, D.S., Pazarlamanın ve İletişimin Yeni Kuralları, MediaCat, 2009, ISBN: 9786055755126   |          |               |         |              |                         |        |
| <b>YARDIMCI KAYNAKLAR</b>                                | -1) MediaCat Dergisi 2) Pazarlama Dünyası Dergisi 3) Marketing Türkiye Dergisi  |          |               |         |              |                         |        |
| <b>DERSTE GEREKLİ ARAÇ VE GEREÇLER</b>                   | -   |          |               |         |              |                         |        |

## DERSİN HAFTALIK PLANI

| HAFTA | İŞLENEN KONULAR   |
|-------|---|
| 1     | -Pazarlama İletişimi Kavramı ve Kapsamı                   |
| 2     | -Reklam Etkinlikleri ve Yönetimi                          |
| 3     | -Halkla İlişkiler Türleri ve Araçları                     |
| 4     | -Kişisel Satış ve Satış Gücü Yönetimi                     |
| 5     | -Satış Tutundurma Karması ve Yönetimi                     |
| 6     | -Ürün ve Ambalajın İletişim Boyutu                        |
| 7     | - Ürün ve Ambalajın İletişim Boyutu                       |
| 8     | -ARASINAVLAR  |
| 9     | -Dağıtım ve Fiyatın İletişim Boyutu                       |
| 10    | -Doğrudan Pazarlama                                       |
| 11    | -Sponsorluk ve Amaca Yönelik Pazarlama                    |
| 12    | -Marka İletişimi ve Marka Yerleştirme                     |
| 13    | -Pazarlama İletişimi Planlama Süreci                      |
| 14    | -Pazarlama İletişiminin Sosyal Sorumluluk ve Etik Boyutu  |
| 15    | - Pazarlama İletişiminin Sosyal Sorumluluk ve Etik Boyutu |
| 16    | -YARIYIL SONU SINAVI                                      |

| NO | PROGRAM ÇIKTISI   | Katkı Düzeyi |   |   |
|----|---|--------------|---|---|
|    |   | 3            | 2 | 1 |
| 1  | Kültürel, tarihsel ve sanatsal bağlamda üretim ve tüketim mekanizmalarına dair kuramsal bilgiyi tasarım pratiği ile bütünleştirebilme;  |              |   | x |
| 2  | Tasarım süreçlerini planlayarak, uygun yöntem ve teknikleri seçme ve kullanabilme;  | x            |   |   |
| 3  | Eleştirel ve diyalektik bir yaklaşımla tasarım problemlerini ve ilgili alt problemleri tanımlayabilme ve yaratıcı çözümler üretebilme;  |              |   | x |
| 4  | Uzamsal düşünme ışığında tasarım ilke ve öğeleri kullanarak tasarlayabilme;   |              |   | x |
| 5  | Estetik ve işlev etkileşiminde tasarım araçlarını kullanarak uygulama yapabilme ve bu uygulamayı değerlendirebilme;   |              |   | x |
| 6  | İki boyutlu ve üç boyutlu tasarım araçlarını kullanarak görselleştirebilme ve sunum yapabilme;  |              |   | x |
| 7  | Teknolojik gelişmeleri, güncel tasarım yaklaşımlarını, sürdürülebilir üretim yöntemlerini, malzemeleri ve bilişim alanındaki yenilikleri takip ederek tasarım projelerinde uygulayabilme;     |              |   | x |
| 8  | Çevresel duyarlılık, mesleki etik ve kanunlar çerçevesinde toplumun ve hedef kullanıcıların gereksinim ve çıkarlarını gözeterek endüstriyel tasarım projelerinde alan bilgisini kullanabilme; | x            |   |   |
| 9  | Bir tasarım sürecini bireysel olarak ve ekip içerisinde etkin olarak yürütebilme;   |              |   | x |
| 10 | Ulusal ve uluslararası düzeyde disipline özgü veya disiplinler arası çalışmalarda aktif görev alabilme;   |              |   | x |

**1:** Hiç katkısı yok. **2:** Kısmen katkısı var. **3:** Tam katkısı var.

**Dersin Öğretim Üyesi:**

**İmza:**

**Tarih:**