



Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Uluslararası Ticaret ve Lojistik

UTL4116 Bütünleşik Pazarlama Kanalları					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	UTL4116	Bütünleşik Pazarlama Kanalları	3	3	4

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
Uluslararası Ticaret ve Lojistik		Doç.Dr. Özer YILMAZ	Dr. Öğr. Üyesi Reyhan BAHAR	Yok

Dersin Amacı :

Dersin amacı, bütünleşik kurumsal iletişimin bir unsuru olarak bütünleşik pazarlama iletişiminin açıklanması ve pazarlamada kullanılan pazarlama kanallarının bütünleşik yaklaşımla incelenmesidir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bütünleşik pazarlama iletişimi tanımı, reklam,halkla ilişkiler, kişisel satış, doğrudan pazarlama, ağızdan ağza pazarlama vb, bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Pazarlama Yönetimi (İstanbul Üniversitesi), Bütünleşik Pazarlama İletişim Yönetimi (detay Yayıncılık)
Oya Eru, 2019, Bütünleşik (Omni-Channel) Kanallı Pazarlama, Gazi Kitabevi
Bütünleşik Pazarlama Yönetiminde Vaka Analizleri, Kriyer Yayınevi

Kenneth E. Clow, Donald Baack. (2016) Bütünleşik Reklam, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi, Ankara: Nobel Bas. Yay.

Pazarlama Yönetimi (Anadolu Üniversitesi)

Gerektiğinde ders sürecinde belirtilecek

Klasik 2 sınav

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Pazarlama Biliminin Gelişimi ve Bütünleşik Pazarlamaya Duyulan İhtiyaç		
2	Pazarlama İletişimi Kavramı		
3	Bütünleşik Pazarlama İletişimi (BPI) Kavramı ve Kapsamı		
4	BPI'yi Ortaya Çıkaran Nedenler ve BPI Elemanları		
5	Kişisel satış Satış geliştirme		
6	Pazarlama odaklı halkla ilişkiler Satın alma noktası iletişimi		
7	Doğrudan pazarlama		
8	Reklam		
9	Reklam		
10	Çok Kanallı Pazarlama Stratejisi (Multi-Channel)		
11	Çok Kanallı Pazarlama Stratejisi (Multi-Channel)		
12	Bütünleşik Kanallı Pazarlama Stratejisi (Omni Channel)		
13	Bütünleşik Kanallı Pazarlama Stratejisi (Omni Channel)		
14	Dönem içi değerlendirme ve yarıyıl sonu sınav hazırlığı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Pazarlama iletişimi karışmasında yer alan reklam, halkla ilişkiler, satış tutundurma, doğrudan pazarlama, kişisel satış kavramlarını tanımlar
Ö02	Pazarlama İletişimi ve hedef kitle seçimi arasındaki bağlantıyı geçmiş örnekler ışığında değerlendirir
Ö03	Bütünleşik pazarlama iletişimi planı oluştururken paydaşların özelliklerini birbiriyle karşılaştırır
Ö04	Çoklu pazarlama kanalı ve bütünleşik pazarlama kanalı kavramlarını tanımlar
Ö05	Bütünleşik pazarlama kanalı unsurlarını tanımlayıp, değerlendirebilir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Stratejik Düşünme: Öğrenciler, iş dünyasındaki değişen koşulları analiz edebilme ve stratejik planlar oluşturabilme becerisi kazanır.
P05	Sürdürülebilirlik ve Teknolojik Uygulamalar: Öğrenciler, lojistik ve ticaret operasyonlarını sürdürülebilir ve teknoloji odaklı bir şekilde yönetme yeteneği kazanır. Bu, sürdürülebilirlik ilkelerini anlama, yeşil lojistik uygulamalarını benimseme ve son teknolojileri kullanarak iş süreçlerini optimize etme yeteneğini içerir.
P07	Ulusal ve Uluslararası İletişim: Öğrenciler, farklı kültürler ve diller arasında etkili iletişim kurma yeteneği geliştirir. Bu, ulusal ve uluslararası iş dünyasında başarılı iletişim için kritik bir yeterliliktir.
P09	Veri Analizi: Öğrenciler, büyük veri ve analitik araçlarını kullanarak iş süreçlerini iyileştirme ve veriye dayalı kararlar alma yeteneğini geliştirir.
P08	Risk Yönetimi: Öğrenciler, ticaret ve lojistik operasyonlarında karşılaşılan riskleri tanımlama, analiz etme ve etkili bir şekilde yönetme yeteneği kazanır.
P10	İşbirliği ve Ekip Çalışması: Öğrenciler, çok kültürlü ekiplerde çalışma yeteneği kazanır ve işbirliği içinde karmaşık projeleri yönetme yeteneğini içerir.
P01	Küresel Sorumluluk: Öğrenciler, küresel ticaretin etik ve sürdürülebilir boyutlarına duyarlılık geliştirir ve bu sorumlulukla küresel ekonomik ve sosyal sorunları anlama yeteneği kazanır.
P04	Kültürel Farkındalık: Öğrenciler, kültürel çeşitliliği anlama ve küresel pazarlarda etkili iletişim ve işbirliği kurma yeteneği geliştirir.
P03	Etik Liderlik: Öğrenciler, iş dünyasında etik liderler olarak hareket etme yeteneği kazanır. Bu, toplumsal değerlere saygılı bir şekilde kararlar alabilme ve iş etiği konularında hassaslık gösterme becerisi içerir.
P02	Yaratıcı Çözümleme: Öğrenciler, lojistik ve ticarette karşılaşılan karmaşık sorunları analiz etme ve yaratıcı, etkili çözümler üretme becerisi geliştirir.



Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Sözlü sınav	0	%0
Portfolyo	0	%0
Laboratuvar	0	%0
Atölye	0	%0
Arazi Çalışması	0	%0
Seminer	0	%0
Sunum	0	%0
Bitirme çalışması	0	%0

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	3	42
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	14	1	14
Sunum/Seminer Hazırlama	14	3	42
Ara Sınavlar	1	14	14
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	14	14
Toplam İş Yüğü			126
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları											

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10
Tüm	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5
Ö01	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5
Ö02	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5
Ö03	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5
Ö04	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5
Ö05	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5



Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayı	Katkı
Tez	0	%0
Toplam		%100

--

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

www.bandirma.edu.tr

