

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	New Trends in Marketing Communication / New Trends in Marketing Communication	
Ders Kodu / Course Code	9203026252020	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Third Cycle / Third Cycle	
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 Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı; pazarlamada kullanılan ortamlarda meydana gelen değişimlerin irdelenmesi hedeflenmektedir.	The lesson aimed to analyse the revolution of advertising mediums.
İçeriği / Content	Pazarlama yaklaşımları, yeni pazarlama yaklaşımlarının reklam ortamlarına yansımaları ve değişen gelişen reklam ortamları.	Trends in marketing, the reflection of new marketing trends to advertising mediums and revolution of advertising mediums.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	- Kotler, Philip, Pazarlama 3.0, Optimist Yayınları. - Varinli, İnci, Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar, Detay Yayıncılık. - Scott, David Meerman, Pazarlamanın ve İletişimin Yeni Kuralları, MediaCat Yayınları.	- Kotler, Philip, Pazarlama 3.0, Optimist Yayınları. - Varinli, İnci, Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar, Detay Yayıncılık. - Scott, David Meerman, Pazarlamanın ve İletişimin Yeni Kuralları, MediaCat Yayınları.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç. Dr. Özen OKAT	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	1.Modern pazarlama yaklaşımını tanımlayabilme	1.Defining modern marketing approaches
2	2.Postmodern pazarlama kavramını açıklayabilme	2.Defining postmodern marketing concepts
3	3.Değerlerin pazarlanması kavramını tanımlayabilme	3.Defining value marketing concept.
4	4.Sosyokültürel dönüşümü anlamlandırabilme	4.Making sense of social - culturel revolution.
5	5.Veritabanlı, izinli, ilişkisel, gedik, içsel pazarlama kavramlarını açıklayabilme	5.Defining database, permission, relationally, niche, intrinsic marketing concepts.
6	6.Pazarlama 3.0 için gelecek modeli kavramını tanımlayabilme	6.Defining future model concept for marketing 3.0.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Giriş, temel kavramlar	Anlatım			
	Introduce, concepts	Narrative			
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Trendler	Anlatım			
	Trends	Narrative			
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Modern pazarlama yaklaşımı ve pazaryönlülük	Anlatım			
	Modern marketing approaches	Narrative			
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Postmodern pazarlama	Anlatım			
	Postmodern marketing	Narrative			
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeşil pazarlama	Anlatım			
	Green marketing	Narrative			

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Veritabanlı pazarlama, İzinli pazarlama	Anlatım			
	Database marketing, permission marketing	Narrative			
7	Gedik pazarlama, İlişkisel pazarlama, İçsel pazarlama	Anlatım			
	Niche Marketing, intrinsic marketing, relationally marketing	Narrative			
8	Pazarlama 3.0	Anlatım			
	Midterm Exam	Exam			
9	Pazarlama 3.0 için gelecek modeli	Anlatım			
	Future model for marketing 3.0	Narrative			
10	Ara sınav	Sınav			
	Marketing 3.0	Narrative			
11	Strateji, misyonun tüketicilere pazarlanması, değerlerin çalışanlara pazarlanması	Anlatım			
	Strategy, mission marketing to consumers, mission marketing, value marketing for employees	Narrative			

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Değerlerin kanal partnerlerine pazarlanması, Vizyonun hissedarlara pazarlanması	Anlatım			
	Marketing of values for channel partners, marketing of vision to shareholders.	Narrative			
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bloglar	Anlatım			
	Blogs	Narrative			
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Viral Yayınlar	Anlatım			
	Viral publishing	Narrative			
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Gerilla	Anlatım			
	Guerilla	Narrative			
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final	Sınav			
	Final Exam	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	5.00	5.00
Final Sınavı / Final Examination	1	5.00	5.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	3.00	42.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	14	2.00	28.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	14	3.00	42.00
Okuma / Reading	14	4.00	56.00
Toplam / Total:	58	22.00	178.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 178.00/30.00 = 5.93 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 178.00 / 30.00 = 5.93 ~

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	1.1.16
1.1.Modern pazarlama yaklaşımını tanımlayabilme / 1. Defining modern marketing approaches		5	5				5					5	5	5		
2.2.Postmodern pazarlama kavramını açıklayabilme / 2. Defining postmodern marketing concepts		5	5				5					5	5	5		
3.3.Değerlerin pazarlanması kavramını tanımlayabilme / 3. Defining value marketing concept.		5	5				5					5	5	5		
4.4.Sosyokültürel dönüşümü anlamlandırabilme / 4.Making sense of social - culturel revolution.		5	5				5					5	5	5		
5.5.Veritabanlı, izinli, ilişkisel, gedik, içsel pazarlama kavramlarını açıklayabilme / 5. Defining database, permission, relationally, niche, intrinsic marketing concepts.		5	5				5					5	5	5		
6.6.Pazarlama 3.0 için gelecek modeli kavramını tanımlayabilme / 6.Defining future model concept for marketing 3.0.		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