



Nuh Naci Yazgan Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme

İŞL 4211		Tutundurma			
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
8	İŞL 4211	Tutundurma	3	0	4

Dersin Dili:

Türkçe

Dersin Düzeyi:

Fakülte

Dersin Staj Durumu:

Yok

Bölümü/Programı:

İşletme

Dersin Türü:

Seçmeli

Dersin Amacı:

Bu dersin amacı, öğrenciyi tutundurma faaliyetleri ve süreçleri hakkında temel bilgileri kazandırmaktır. Bu amaçla, tutundurma karmasının özellikleri, tutundurma amaçları, uygun medya seçimi ve tutundurma karması ile pazarlama karmasının entegrasyonları konuları işlenecektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri:

Tutundurma yönetimi tanımı, iletişim süreci, reklam, halkla ilişkiler, satış artırıcı çabalar, doğrudan satış, kişisel satış, uluslararası tutundurma stratejileri.

Ön Koşulları:

Dersin Koordinatörü:

Dersi Veren:

Dr. Kumru Uyar

Dersin Yardımcıları:

Dersin Kaynakları

Ders Notları	: BÜTÜNLEŞİK REKLAM, TUTUNDURMA VE PAZARLAMA İLETİŞİMİ (BÜTÜNLEŞİK REKLAM, TUTUNDURMA VE PAZARLAMA İLETİŞİM-Nobel-)
Kaynakları	: Pearson-Çev:R Gülay Öztürk
Dökümanlar	: Advertising Communications and Promotion Management John R. Rossiter (Author), Larry Percy (Editor) McGraw-Hill Companies; 2nd
Ödevler	: edition (January 15, 1997)
Sınavlar	: kitaplar Uygulamalar

Ders Yapısı

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

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tutundurma Yönetimine giriş		
2	İletişim Kanalı		
3	Yaratıcı Strateji; Planlama ve Uygulama		
4	Yaratıcı Strateji; Bütçe ve Değerlendirme		
5	Doğrudan Satış		
6	Satış Artırıcı Çabalar		
7	Kişisel Satış		
8	Vize		
9	Halkla İlişkiler		
10	Tanıtım		
11	Reklam		
12	Uluslararası tutundurma stratejileri		
13	İnternet ve tutundurma stratejileri		
14	Ödev		
15	Final		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Tutundurma faaliyetlerinin pazarlama karması içerisindeki önemini analiz edebilir
Ö02	Kişisel satış, reklam, satış geliştirme ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin fonksiyonlarını anlar ve optimal koordinasyonu sağlayabilir
Ö03	Pazarlama iletişiminde kişisel ve kitlesel iletişimin rolünü bilir.
Ö04	Firmaların tutundurma karmalarını analiz edebilir ve bu konuda öneriler getirebilir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P01	İnovatif ve analitik düşünerek iş hayatında oluşabilecek güncel vakalarda çözüm üretebilir.
P02	İşletme fonksiyonları ile ilgili verileri toplamak, analiz etmek ve yorumlamak.
P03	İşletme alanında gerekli olan ekonomik kavramları bilmek ve bu kavramları ekonomik analizlerde etkin kullanmak.
P04	İşletmelerde toplam kalite ve verimlilik yönetimini bilmek ve uygulamak.
P05	İşletme kavramlarını tanımlamak, yorumlamak ve değerlendirmek.
P06	Yabancı bir dilde yazılı ve sözlü olarak iletişim kurabilmek.
P07	Sosyal ve kültürel olguların bilincinde olmak.
P08	Takım çalışmasına uyum göstermek, kişisel gelişim göstermek, iletişim ve sosyal becerileri kazanmak.
P09	İş etiği ve hukuk kurallarının bilincinde olmak.
P10	Liderlik ve girişimcilik vasıflarına sahip olmak.
P11	Günümüz iş hayatının gerektirdiği bilişim ve iletişim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanmak.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%30
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	1	%20
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	1	%10
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%40
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	3	14	42
Sınıf Dışı Ç. Süresi	10	5	50
Ödevler	2	10	20
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	10	10
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	1	30	30
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	30	30
Toplam İş Yükü			182
AKTS Kredisi			6

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları							
Katkı Düzeyi: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok yüksek							

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P11
Tüm	5	5	5	5	5	5	5