

DERS BİLGİ FORMU

DERSİN ADI	PAZARLAMADA YENİ YAKLAŞIMLAR			
DERSİN SINIFI	12. Sınıf			
DERSİN SÜRESİ	Haftalık 4 Ders Saati			
DERSİN AMACI	Bu derste öğrenciye; pazarlama iletişiminde kullanılan araçlar, yeni pazarlama yaklaşımları, bu yaklaşımların özellikleri, faydaları ve uygulandığı alanlar konusunda bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır.			
DERSİN ÖĞRENME KAZANIMLARI	1. Pazarlamada iletişim kanallarını açıklar. 2. Yeni pazarlama yaklaşımlarını açıklar.			
EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAM VE DONANIMI	Ortam: Sınıf, Uygulama Atölyesi Donanım: Etkileşimli tahta/projeksiyon, bilgisayar, yazıcı/tarayıcı, görsel/işitsel materyaller, ders içeriğine ilişkin kaynak kitaplar, basılı materyaller.			
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Bu derste; öğrencinin bilişsel alana ait performansı değerlendirilirken açık uçlu, çoktan seçmeli, doğru-yanlış, eşleştirme ve kısa cevaplı sorular gibi ölçme araçlarından uygun görülen kullanılabilir. Bunun yanı sıra, öğrencinin edinmiş olduğu bilgi ve becerileri ortaya koydukları çalışmalarını değerlendirmek üzere gözlem formu, kontrol listesi, derecelendirme ölçeği ve dereceli puan anahtarı kullanılabilir.			
KAZANIM SAYISI VE SÜRE TABLOSU	ÖĞRENME BİRİMİ	KAZANIM SAYISI	DERS SAATİ	ORAN (%)
	Pazarlamada İletişim Kanalları	3	24	17
	Yeni Pazarlama Yaklaşımları	10	120	83
TOPLAM		13	144	100

ÖĞRENME BİRİMİ	KONULAR	ÖĞRENME BİRİMİ KAZANIMLARI ve KAZANIM AÇIKLAMALARI
<p>Pazarlamada İletişim Kanalları</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Geleneksel İletişim Kanalları 2. Modern İletişim Kanalları 3. Postmodern İletişim Kanalları 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Geleneksel iletişim kanallarını açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Geleneksel iletişim kanallarından; televizyon, radyo, basın, promosyon açıklanır. 2. Modern iletişim kanallarını açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Modern iletişim kanallarından; interaktif iletişim, sponsorluk iletişimi, web iletişimi, açık hava iletişimi, satış noktası, ürün yerleştirme, halkla ilişkiler açıklanır. 3. Postmodern iletişim kanallarını açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Postmodern iletişim kanallarından; weblog (blog) iletişimi, forum ve wiki iletişimi, e-haber bültenleri, podcast iletişimi, arama motorları, sosyal paylaşım siteleri, viral pazarlama iletişimi, dijital yayın iletişimi açıklanır.
<p>Yeni Pazarlama Yaklaşımları</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Postmodern Pazarlama 2. İlişkisel Pazarlama 3. Etkinlik Pazarlaması 4. Deneyimsel Pazarlama 5. Dijital Pazarlama 6. Gerilla Pazarlama 7. İzinli Pazarlama 8. Yeşil Pazarlama 9. Niş Pazarlama 10. Diğer Yeni Pazarlama Yaklaşımları 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Postmodern pazarlamayı açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Postmodern pazarlamanın tanımı, modern ve postmodern pazarlama arasındaki farklar, postmodern pazarlamanın özellikleri, yararları ve uygulandığı alanlar açıklanır. 2. İlişkisel pazarlamayı açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • İlişkisel pazarlamanın tanımı, ilişkisel pazarlamanın özellikleri, yararları ve uygulandığı alanlar açıklanır. 3. Etkinlik pazarlamasını açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Etkinlik pazarlamasının tanımı, etkinlik pazarlamasının özellikleri, yararları ve uygulandığı alanlar açıklanır. 4. Deneyimsel pazarlamayı açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Deneyimsel pazarlamanın tanımı, deneyimsel pazarlamanın özellikleri, yararları ve uygulandığı alanlar açıklanır. 5. Dijital pazarlamayı açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Dijital pazarlamanın tanımı, dijital pazarlamanın türleri, özellikleri, yararları ve uygulandığı alanlar açıklanır. 6. Gerilla pazarlamayı açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Gerilla pazarlamanın tanımı, gerilla pazarlamanın özellikleri, yararları ve uygulandığı alanlar açıklanır. 7. İzinli pazarlamayı açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • İzinli pazarlamanın tanımı, izinli pazarlamanın özellikleri, yararları, geliştirilme aşamaları ve uygulandığı alanlar açıklanır. 8. Yeşil pazarlamayı açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Yeşil pazarlamanın tanımı, yeşil pazarlamanın özellikleri, yararları ve uygulandığı alanlar açıklanır. 9. Niş pazarlamayı açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Niş pazarlamanın tanımı, niş pazarlamanın özellikleri, yararları ve uygulandığı alanlar açıklanır. 10. Diğer pazarlama yaklaşımlarını açıklar. <ul style="list-style-type: none"> • Diğer pazarlama yaklaşımlarından; nöro pazarlama, söylenti pazarlaması, retro pazarlama, destinasyon pazarlaması, içsel pazarlama, siyasal pazarlama ve

spor pazarlaması açıklanır.

UYGULAMA FAALİYETLERİ/TEMRİNLER

Uygulama faaliyeti/temrinler; ders kazanımına uygun olarak okulun fiziki kapasitesi ve donatımı, öğrenci sayısı göz önünde bulundurularak en fazla uygulama faaliyeti/temrini yaptıracak şekilde meslek alan zümre öğretmenler kurulu tarafından seçilir. Meslek alan zümre öğretmenleri tarafından aşağıda yer alan temrinlerden farklı temrinlerin uygulanmasına karar verilebilir.

Pazarlamada İletişim Kanalları

- Geleneksel iletişim kanallarını gösteren görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Geleneksel pazarlama iletişimde kullanılan kanallara ilişkin örnek olayları incelemek
- Modern iletişim kanallarını gösteren görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Modern pazarlama iletişimde kullanılan kanallara ilişkin örnek olayları incelemek
- Postmodern iletişim kanallarını gösteren görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Postmodern pazarlama iletişimde kullanılan kanallara ilişkin örnek olayları incelemek

Yeni Pazarlama Yaklaşımları

- Postmodern pazarlamanın uygulandığı alanlar ile ilgili görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Postmodern pazarlamanın uygulandığı alanlara ilişkin örnek olayları incelemek
- İlişkisel pazarlamanın uygulandığı alanlar ile ilgili görsel/işitsel materyal hazırlamak
- İlişkisel pazarlamanın uygulandığı alanlara ilişkin örnek olayları incelemek
- Etkinlik pazarlamanın uygulandığı alanlar ile ilgili görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Etkinlik pazarlamanın uygulandığı alanlara ilişkin örnek olayları incelemek
- Deneyimsel pazarlamanın uygulandığı alanlar ile ilgili görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Deneyimsel pazarlamanın uygulandığı alanlara ilişkin örnek olayları incelemek
- Dijital pazarlamanın uygulandığı alanlar ile ilgili görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Dijital pazarlamanın uygulandığı alanlara ilişkin örnek olayları incelemek
- Gerilla pazarlamanın uygulandığı alanlar ile ilgili görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Gerilla pazarlamanın uygulandığı alanlara ilişkin örnek olayları incelemek
- İzinli pazarlamanın uygulandığı alanlar ile ilgili görsel/işitsel materyal hazırlamak
- İzinli pazarlamanın uygulandığı alanlara ilişkin örnek olayları incelemek
- Yeşil pazarlamanın uygulandığı alanlar ile ilgili görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Yeşil pazarlamaya ilişkin örnek olayları incelemek
- Niş pazarlamanın uygulandığı alanlar ile ilgili görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Niş pazarlamaya ilişkin örnek olayları incelemek
- Diğer yeni pazarlama yaklaşımlarının uygulandığı alanlar ile ilgili görsel/işitsel materyal hazırlamak
- Diğer yeni pazarlama yaklaşımlarının uygulandığı alanlara ilişkin örnek olayları incelemek

DERSİN UYGULANMASINA İLİŞKİN AÇIKLAMALAR

- Bu derste öğrencilere yaptığı çalışmalarını sınıf arkadaşlarına sunmasına fırsat verilerek iletişim becerilerinin gelişmesi sağlanmalıdır.
- Anlatımdan ve örnek çalışmalardan sonra, dersin öğrenme kazanımlarının öğrencide pekiştirilmesi amacıyla birden fazla uygulama faaliyeti yapılmalıdır.
- Bu derste, verilen görevi gerçekleştirmeyönelik değer, tutum ve davranışları ön plana çıkaran etkinliklere yer verilmelidir.