



## Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yerel Kredi	AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuvar (saat/hafta)
Marka Yönetimi	ISL4870	3	4	3	0	0

Önkoşullar	Yok
------------	-----

Yarıyıl	Bahar
---------	-------

Dersin Dili	İngilizce, Türkçe
-------------	-------------------

Dersin Seviyesi	Lisans Seviyesi
-----------------	-----------------

Ders Kategorisi	Uzmanlık/Alan Dersleri
-----------------	------------------------

Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze
----------------------	----------

Dersi Sunan Akademik Birim	İşletme Bölümü
----------------------------	----------------

Dersin Koordinatörü	İbrahim Kırcova
---------------------	-----------------

Dersi Veren(ler)	İbrahim Kırcova, Kenan Aydın, Ebru Enginkaya
------------------	----------------------------------------------

Asistan(lar)ı	
---------------	--

Dersin Amacı	Marka kavramının pazarlama, tüketici ve küresel rekabet açısından önemini vurgulanarak, öğrencilerin marka yönetimi kavramı kavramalarını sağlamak.
--------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Dersin İçeriği	Marka, marka değeri, marka farkındalığı, marka imajı, marka kimliği, müşteri tabanlı marka değeri kavramları ve marka yönetimi stratejileri hakkında teori ve pratiğe dayanan bilgiler.
----------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Opsiyonel Program Bileşenleri	Yok
-------------------------------	-----

### Ders Öğrenim Çıktıları

1	Marka kavramı ve marka yönetimi ile ilgili yaklaşımların anlaşılır.
2	Marka değeri kavramı ve yönetim anlayışı keşfedilir.
3	Marka kimliği kavramı tanımlanır.
4	Marka genişletmeleri, marka hattı, kategorileri incelenir.
5	Küresel markalama yönetimi stratejileri kavranır.

### Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Marka ve Marka Yönetimi	Keller, 3-50
2	Müşteri tabanlı marka değeri	Keller, 58-101
3	Marka Konumlandırma ve değerler	Keller, 118-159
4	Marka değeri yaratmada marka bileşenlerinin seçilmesi	Keller, 174-219
5	Marka değeri yaratırken pazarlama programlarının oluşturulması	Keller, 229-271
6	Marka değeri yaratılırken bütünleşik pazarlama iletişiminin yeri	Keller, 285-335
7	Marka değeri yaratımında ikincil marka bilinirliğinin güçlendirilmesi	Keller, 351-383
8	Ara Sınav 1	Ders kitapları ve güncel uygulamadan örnekler

9	Marka değeri ölçümlene ve yönetim sistemleri	Keller, 388-421
10	Marka değeri kaynakları	Keller, 429-466
11	Marka deęerinin getirilerinin ölçülmesi	Keller, 477-504
12	Marka stratejileri tasarlama ve uygulama	Keller, 521-563
13	Yeni ürün geliştirme ve marka genişlemeleri	Keller, 575-623
14	Uzun dönemli marka yönetimi	Keller, 623-671
15	Final	Keller, 681-719

## Deęerlendirme Sistemi

Etkinlikler	Sayı	Katkı Payı
Devam/Katılım		
Laboratuvar		
Uygulama		
Arazi Çalışması		
Derse Özgü Staj		
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiđi		
Ödev	1	30
Sunum/Jüri		
Projeler		
Seminer/Workshop		
Ara Sınavlar	1	30
Final	1	40
<b>Dönem İçi Çalışmaların Başarı Notuna Katkısı</b>		60
<b>Final Sınavının Başarı Notuna Katkısı</b>		40
<b>TOPLAM</b>		100

## AKTS İşyükü Tablosu

Etkinlikler	Sayı	Süresi (Saat)	Toplam İşyükü
Ders Saati	14	3	42
Laboratuvar			
Uygulama			
Arazi Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışması	14	3	42
Derse Özgü Staj			
Ödev	1	10	10
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiđi			
Projeler			
Sunum / Seminer			
Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10

<b>Toplam İşyükü</b>	114
<b>Toplam İşyükü / 30(s)</b>	3.80
<b>AKTS Kredisi</b>	4

Diğer Notlar	Yok
--------------	-----