

DERSİN ADI		KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Marka Yönetimi		1213212	II	3+0	3	4
Ön Koşul Dersler						
Dersin Dili	Türkçe					
Dersin Seviyesi	Ön Lisans					
Dersin Türü	Seçmeli					
Dersin Koordinatörü						
Dersi Verenler						
Dersin Yardımcıları						
Dersin Amacı	Yaygın pazarlama işlevlerini bir arada tutan marka oluşturmanın önemini kavrar. “Kimse bir şeyi markalamazsa, hiçbir şey olmaz” sloganı ile marka merkezli satışın önemini bilmesi ve markalama kurallarının kavranmasıdır.					
Dersin Öğrenme Kazanımları	<p>Bu dersin sonunda öğrenci;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Marka ile ilgili temel teorik kavramları bilir. 2. Markanın önemini ve iş hayatında faydasını bilir. 3. Yaygın pazarlama işlevlerini bir arada tutan marka oluşturmanın önemini kavrar. 4. Markanın tescilini bilir. 5. Kimse bir şeyi markalamazsa, hiçbir şey olmaz” sloganı ile marka merkezli satışın önemini bilir. 6. Markalama kurallarını kavrar. 					
Dersin İçeriği	Marka ve marka ile ilgili kavramlar, markanın önemi, faydası, işlevleri, değer ve bileşenleri ile tescili, marka oluşturmanın kurallarından yayılma, daralma, tanıtım, reklâm, kelime ve referans kuralları, kalite, kategori, isim, genişlemeler, arkadaşlık ve jenerik-tanıtma yazısı, tanıtımlık, şirket ve alt marka kardeşler, biçim ve renk sınırlar, istikrar, değişim, ölümlülük ve tekillik kuralları.					
Haftalar	Konular					
1	Marka ve marka ile ilgili kavramları					
2	Markanın önemi, faydası ve işlevleri					
3	Marka değer ve bileşenleri ile tescili					
4	Marka oluşturmanın kurallarından: yayılma, daralma					
5	Marka oluşturmanın kurallarından: tanıtım, reklâm					
6	Marka oluşturmanın kurallarından: kelime ve referans					
7	Ara Sınav					
8	Marka oluşturmanın kurallarından: kalite, kategori, isim					
9	Marka oluşturmanın kurallarından: genişlemeler, arkadaşlık					
10	Marka oluşturmanın kurallarından jenerik-tanıtma yazısı, tanıtımlık-tanıtım yazısı- kuralları					
11	Marka oluşturmanın kurallarından: şirket ve alt marka kardeşler					
12	Marka oluşturmanın kurallarından: : biçim ve renk kuralları sınırlar					
13	Marka oluşturmanın kurallarından: istikrar ve değişim					
14	Marka oluşturmanın kurallarından; ölümlülük ve tekillik kuralları					
Genel Yeterlilikler						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Marka ve marka ile ilgili kavramları bilir. 2. Marka değer ve bileşenleri ile tescili konularında bilgi sahibi olur. 3. Marka oluşturmanın kurallarını, marka oluşturma ve tescilini bilme ve bu konularda çıkarsamalar yapma ve yorumlama becerisine sahip olur. 						
Kaynaklar						
<p>Arslan, M. (2005). <i>Marka ve Marka Stratejileri</i>, Yayınlanmamış Ders Notları, Birecik.</p> <p>Ak, B. (1998). <i>Firma Markalarda Kurumsal Kimlik Ve İmaj</i>, 1.Baskı, Işıl Ofset, İstanbul.</p> <p>Çalık, N. <i>Marka Bağlılığı Ve Marka Bağlılığına Etki Eden Faktörler</i>, Anadolu Üniversitesi.</p> <p>Karalar, R., & Kiracı, H. (2007). Marka Değeri Bileşeni Olarak Marka Bağımlılığı: Kolalı İçecekler Üzerine Bir Araştırma.</p> <p>Uztun, F. (2003), <i>Markan Kader Konuş</i>, 2. Baskı,</p>						
Değerlendirme Sistemi						
<p>Ara Sınav: % 40</p> <p>Final: % 60</p> <p>Bütünleme: % 60</p>						

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖÇ1	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2
ÖÇ2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	2	2	2	2
ÖÇ3	3	2	2	4	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3
ÖÇ4	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3
ÖÇ5	3	2	3	4	2	2	3	3	2	2	4	2	2	3	2
ÖÇ6	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	4	3
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Marka Yönetimi	2	2	3	4	3	2	3	3	2	2	4	2	3	3	3