

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Marka Yönetimi	1204349	III	2+0	2	2
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Öğrencileri, marka, markanın unsurları, marka stratejileri ve bağıntılı kavramlar hakkında bilgilendirmek.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	<p><b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pazarlama alanında rekabeti anlar</li> <li>2. Algılama yönetiminin işleyişini kavrar</li> <li>3. Konumlandırma stratejisi geliştirir</li> <li>4. Markalama kurallarını kavrar</li> <li>5. Markalaşmanın işletmeler için önemini ve sürecini kavrar</li> <li>6. Markalaşan ve markalaşmamış ürünleri ayırt etme becerisine sahip olur.</li> </ol>				
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.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Küreselleşme, rekabet, liberal ekonomik sistem ve getirdikleri				
R	Marka kavramı, pazarlamadaki önemi				
3	Markanın tescili				
4	Stratejik marka yönetim sürecinin planlanması				
5	Algılama Yönetimi marka bilinci				
6	Marka denkliği ve unsurları				
7	Ara Sınav				
8	Markalaşma stratejileri ve örnek olaylar				
9	Markalaşma stratejileri ve örnek olaylar				
10	Markalaşma stratejileri ve örnek olaylar				
11	Marka konumlandırma				
12	Marka Farklılaşması				
13	Marka bağlılığı ve tüketim kültürü				
14	Global marka yönetimi				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Öğretim ortamın göre, uygun öğretim teknolojileri seçme</li> <li>2. Öğrenciler bu dersin ana konularını anlar ve günlük ve iş hayatı alanı uygulamalarında kullanır</li> <li>3. Alanındaki kanuni düzenlemeler ve mesleki standartları bilir.</li> <li>4. İşleyeceği dersin özelliğine göre, uygun materyal tasarlama ve kullanma</li> </ol>					
<b>Kaynaklar</b>					
<p>Kalender, A. Fidan, M. (2008). <i>Halkla İlişkiler</i>, Konya: Tablet Yayınları.</p> <p>Ak, M. (1998). <i>Firma Markalarda Kurumsal Kimlik Ve İmaj</i>, İstanbul: 1.Baskı, Işıl Ofset, 1998.</p> <p>Uztuğ F. (2003) <i>Markan Kadar Konuş</i>, MediaCat Yayınları, İstanbul.</p>					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
Arasınav: %40					
Final: %60Bütünleme:					

**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
<b>ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları</b>															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

**Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi**

	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ1 2	PÇ1 3	PÇ14	PÇ15
Marka	2	2	3	4	3	2	3	3	2	2	4	2	3	3	3