

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Marka Yönetimi	1106431	IV	3+0	3	3
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Meslek Dersi				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Dersin amacı öğrencilerin marka stratejileri ve yönetimini iş hayatında başarıyla hayata geçirebilmeleri için; Pazarı iyi analiz edebilmeleri, markalaşmaya giden yolda doğru enstrümanları kullanabilmeleri için, Dünyadan ve Ülkemizden markaları inceleyerek örnek almalarını sağlamak. Ayrıca çeşitli markalarla işbirliğine gidilerek, öğrencilere iş hayatına hazırlanmaya çalışılmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marka kavramı, kapsamı ve içeriğini öğrenir.</li> <li>2. Markayı oluşturan bileşenleri bilir.</li> <li>3. Marka değeri kavramını öğrenir.</li> <li>4. Bir markanın nasıl yaratılacağını anlar</li> <li>5. Başarılı markaların takip ettiği farklı yolları bilir.</li> <li>6. Bir marka inşa etmenin gereklerini öğrenir</li> </ol>				
Dersin İçeriği	Marka inşa etme, Marka değerini ölçme, Markalaşma süreci, Logo, isim, slogan, marka stratejileri, Markayı oluşturan bileşenler.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Markanın tanımı ve kavramlarına genel bakış.				
2	Markayı oluşturan bileşenler				
3	Marka değeri				
4	Marka stratejilerinde tutarlılık ve önemi				
5	Başarılı markalar				
6	Marka hiyerarşisi.				
7	Ara Sınav				
8	Marka rolleri.				
9	Alt markalar ve rolleri.				
10	Marka kaldırıcı: Genişletmeler.				
11	Marka kaldırıcı: Dikey esnetmeler ve ortak markalama				
12	Marka mimarisi: Ürün markası, şemsiye marka stratejisi.				
13	Marka mimarisi: Hat markası, grup markası stratejisi.				
14	Marka mimarisi: Kaynak marka, destekleyici marka stratejisi ve uygulamaları.				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
1-Markaları oluşturan bileşenleri anlayabilir.					
2-Bir marka için marka değeri yaratabilir.					
3-Bir marka inşa edebilmek için gerekli yöntemleri kullanabilir.					
<b>Kaynaklar</b>					
Borça, G. (2002). <i>Bu Topraklardan Dünya Markası Çıkar mı?</i> Media Cat					
Laura, R. Laura, A. (2005) <i>Markalaşmanın 22 Kuralı</i> , Media Cat					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara sınav: % 40</b>					
<b>Final: % 60</b>					
<b>Bütünleme:</b>					

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

**Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi**

<b>Ders</b>	<b>PÇ1</b>	<b>PÇ2</b>	<b>PÇ3</b>	<b>PÇ4</b>	<b>PÇ5</b>	<b>PÇ6</b>	<b>PÇ7</b>	<b>PÇ8</b>	<b>PÇ9</b>	<b>PÇ10</b>	<b>PÇ11</b>	<b>PÇ12</b>
Marka Yönetimi	4	4	3	3	2	3	4	5	3	3	3	3