

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
MARKA İLETİŞİMİ	HİT2177510	Güz Dönemi	3+0	3	4
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Öğr.Gör. Sonia LOTFI				
Dersi Verenler	Öğr.Gör. Sonia LOTFI				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Marka İletişimi dersinin amacı, marka iletişimi ve pazarlama iletişiminin temel kavramlarını bilen ve bu kavramlar çerçevesinde oluşan teorik bilgiyi pratiğe dönüştürerek kurum ve kuruluşların markalaşma sürecinin yönetilmesine yardımcı olabilecek yetkinlik kazandırmaktır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Marka Nedir? ,Marka Yönetimi ,Marka Konumlandırma ,Marka Konumlandırma Stratejileri,Marka Kimliği ,Marka İletişimi ,Markalama Süreci,Marka Denkliği ,Markalama Stratejileri ,Sembolik ve İşlevsel Markalama ,Markalama ve Tüketici Davranışı ,Markalama ve Yeni Medya; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları			Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri	
1.Markayı tanıyabilirler			16, 2, 9	A, D, E, F	
1.2.Marka kimliği oluşturabilirler			16, 9	D	
2.Markalama becerilerini kazanırlar			2, 9	A, D	
3.1.Marka için strateji üretebilirler			10, 9	A, D, F	
3.2.Marka için taktik üretebilirler			16, 2, 9	A, D	
1.1. Markanın konumlandırmasını yapabilirler			16	A, D, F	
2.2. Markanın rakipleri ve hedef kitlesi arasındaki iletişimi kurabilirler			9	A, D, F	
3. Markayı rakipler arasında zirveye taşıyabilirler			10, 16, 9	A, D, E	
4. Marka oluşumundaki 'yaratıcılık' etkeninin, kurum ve marka sahibi/yöneticisi kişi düzeyinde karşılığını veya kaynağını belirleyebilecek,					
5. Yaratıcılık etkeninin kuruma veya markaya özgü biçimde ifade edilebilmesinin stratejik gereklerini saptayabilecek,					
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 2: Proje Temelli Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, D: Sözlü Sınav, E: Ödev, F: Proje Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Marka Nedir?				
2	Marka Yönetimi				
3	Marka Konumlandırma				
4	Marka Konumlandırma Stratejileri				
5	Marka Kimliği				
6	Marka İletişimi				
7	Markalama Süreci				
8	Marka Denkliği				
9	Markalama Stratejileri				
10	Sembolik ve İşlevsel Markalama				
11	Markalama ve Tüketici Davranışı				
12	Markalama ve Yeni Medya				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar	
Stratejik Marka Yönetimi / Prof.Dr. Ahmet Hamdi İslamoğlu	
Marka Yönetimi / Prof.Dr. Nurhan Babür Tosun	
Marka Hikayeleri – John Grant	
Markalar ve Markalaşma – Rita Clifton	