

**Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi / Mimarlık Programı**  
**2021 - 2022 Eğitim Öğretim Yılı**  
**TASARIM VE MARKALAŞMA**  
**Ders Tasarımı (Syllabus)**

<b>Dersin Tanımı</b>					
<b>Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyıl</b>	<b>T+U Saat</b>	<b>Kredi</b>	<b>AKTS</b>
TASARIM VE MARKALAŞMA	MIM3258310	Bahar Dönemi	3+0	3	3
<b>Ön Koşul Dersleri</b>					
<b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans				
<b>Dersin Türü</b>	Programa Bağlı Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Dr.Öğr.Üye. Mustafa ERDEM				
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Dersin amacı öğrencilere tasarım ve marka arasındaki ilişkiyi sunmaktır. Çoğunluklu reklam sektöründe hizmet edecek olan görsel iletişim tasarımcıları için en önemli konulardan biri karşılıklarına çıkacak olan markayı doğru tanımları ve alacakları tasarım kararlarının marka üzerinde nasıl etkileri olabileceğine hakim olmalarıdır. Bu derste de amaç tasarım ve marka arasındaki karşılıklı fayda ve zarara dayalı ilişkinin anlaşılması, doğru tasarım kararlarının markaları nasıl yükseltebileceğinin gerçek vakalar üzerinden incelenmesidir.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders; Marka Nedir?,Marka Kimliği, Marka Değeri, Marka Ederi,Markanın Temelleri,Markanın Anatomisi,Tasarım ve Marka İlişkisi,Tasarım ile Yönetilen Marka? Marka ile Yönetilen Tasarım? ; konularını içermektedir.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>				<b>Öğretim Yöntemleri</b>	<b>Ölçme Yöntemleri</b>
					A, F
<b>Öğretim Yöntemleri</b>					
<b>Ölçme Yöntemleri</b>	A: Yazılı sınav, F: Performans Görevi				
<b>Ders Akışı</b>					
<b>Sıra</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>			
1	Marka Nedir?				
2	Marka Kimliği, Marka Değeri, Marka Ederi				
3	Markanın Temelleri				
4	Markanın Anatomisi				
5	Tasarım ve Marka İlişkisi				
6	Tasarım ile Yönetilen Marka? Marka ile Yönetilen Tasarım?				
<b>Kaynaklar</b>					
Öğretim üyesi tarafından sağlanacaktırStrategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, 4th Edition - Kevin Lane Keller Best Practice Cases in Branding for Strategic Brand Management, 3rd Edition - Kevin Lane Keller					