

İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi / İşletme Programı (İngilizce)**2022 - 2023 Eğitim Öğretim Yılı****MARKA YÖNETİMİ****Syllabus**

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
MARKA YÖNETİMİ	BUS3171420	Güz Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Fatih PINARBAŞI				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Fatih PINARBAŞI				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, marka yönetiminde kullanılan temel pazarlama kavramlarına aşinalık geliştirmek ve bu kavramları rekabetçi pazarlama stratejileri geliştirmektir.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Kurumsal iletişime giriş,Marka Konumlandırma,Marka Elemanları,Giriş,Marka yönetimine giriş, markalamanın tarihçesi,Marka kimliği ve kişiliği,Marka yaratma ve markalama kuralları,Vize,Markalama stratejisi tasarlama ve uygulama,Kurumsal kimlik, imaj ve itibar,Kurumsal Markalama,Kurumsal markalama ve medya ilişkileri,Presentations,Sunumlar; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri			
Tüketici davranışı ve markalama arasındaki ilişkiyi kavrama	1, 2	A, B			
Mevcut pazarlama çevresinin markalama sürecini anlama	1, 2	A, B			
Markalamanın temellerini öğrenme	1, 2	A, B			
Günderlik yaşamda markalamanın etkisini kavrama	1, 2	A, B			
Pazarlama teori ve kavramlarının gerçek yaşam örneklerine uygulanması	1, 2	A, B			
İş kararları almada markalamayı kullanma	1, 2	A, B			
Mevcut zorluk ve konulara aşinalığı arttırmak	1, 2	A, B			
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 2: Soru - Cevap				
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav, B: Sözlü Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
-9	Kurumsal iletişime giriş				
-5	Marka Konumlandırma				
-3	Marka Elemanları				
-1	Giriş				
2	Marka yönetimine giriş, markalamanın tarihçesi				
4	Marka kimliği ve kişiliği				
6	Marka yaratma ve markalama kuralları				
7	Vize				
8	Markalama stratejisi tasarlama ve uygulama				
10	Kurumsal kimlik, imaj ve itibar				
11	Kurumsal Markalama				
12	Kurumsal markalama ve medya ilişkileri				
13	Presentations				
14	Sunumlar				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar	
Stratejik Marka Yönetimi, Marka Sermayesinin İnşası, Ölçümü ve Yönetimi, Kevin Lane Keller	