

İletişim Fakültesi / Medya ve Görsel Sanatlar Programı

2024 - 2025 Eğitim Öğretim Yılı

MARKA VE İMAJ TASARIMI

Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
MARKA VE İMAJ TASARIMI	MGS3173940	Güz Dönemi	1+2	2	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Saadet UĞURLU				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Saadet UĞURLU				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bir ad, slogan ve logo olmanın çok ötesinde olan marka, özel ya da tüzel kuruluşların hedef kitlelerine sadece işlevsel ürün ya da hizmeti sunması değil aynı zamanda; duygusal ve toplumsal anlamda markanın doğru konumlandırılması, iletişim stratejileriyle beraber markanın simgelediği, çizilen imaj çalışmasının yanı sıra toplum tarafından nasıl algılandığı önemlidir. Bu ders kapsamında; Marka; konumlandırma, markalama, yıldız stratejiler, farklılaşma ile beraber kullanım alanları da örneklerle anlatılacaktır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Marka Kavramı, Marka İmajı Nedir?,Yıldız Strateji nedir? İlk-En-Tek ,Konumlandırma,Duyular ve Marka ,İmaj ve imaj çeşitleri, imaj yönetimi,Kurumsal imaj ve ilişkili kavramlar,Önceki ders konularında tekrar,Marka ve Yönetimi,Sattırın Marka Olmak,Kentsel Markalaşma,İnternette Marka Olmak,Markalama Nedir?,Radar altı iletişimde marka olmak,Türk ve dünya markalarından örnekler; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları			Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri	
Bu dersi alan öğrencilerin, marka imajının oluşumundan bütünlük iletişim çalışmalarını öğrenmeleri ve uygulayabilmeleri beklenir.			10, 13, 9	E	
Markalamanın yapılarını öğrenir.			5, 6, 9	E, F	
Konumlandırma unsurlarını bilir.			6, 9	A, E	
İmaj çeşitlerini bilir.			6, 9	A, E	
Tasarım ve imaj oluşumunda etkili olan faktörleri bilir.			11, 9	F	
Marka algısı kavramlarını açıklayarak aralarındaki ilişkiyi analiz eder.			9	A	
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 11: Gösterip Yapma Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 5: İşbirlikli Öğrenme Modeli, 6: Deneyimle Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, E: Ödev, F: Proje Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Marka Kavramı, Marka İmajı Nedir?	Temel kavramlar incelenebilir			
2	Yıldız Strateji nedir? İlk-En-Tek	MARKA ajans web sayfasından inceleyebilir			
3	Konumlandırma	'Yeni Konumlandırma' kitabı incelenebilir			
4	Duyular ve Marka	'Duyular ve Marka' kitabı incelenebilir			
5	İmaj ve imaj çeşitleri, imaj yönetimi	Ders dosyasında yüklü olan sunum incelenebilir			
6	Kurumsal imaj ve ilişkili kavramlar	Ders dosyasında yüklü olan sunum incelenebilir			
7	Önceki ders konularında tekrar	Temel kavramlar incelenebilir			
8	Marka ve Yönetimi	'Marka Akli' kitabı incelenebilir			
9	Sattırın Marka Olmak	Marka Akli' kitabı incelenebilir			
10	Kentsel Markalaşma	Ders dosyasında yüklü olan ilgili sunum incelenebilir			
11	İnternette Marka Olmak	'İnternette marka yaratmak' kitabı incelenebilir			
12	Markalama Nedir?	'Markalama' kitabı incelenebilir			
13	Radar altı iletişimde marka olmak	'Markalama' kitabı incelenebilir			
14	Türk ve dünya markalarından örnekler	Örnek kampanyalar incelenebilir			
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar

- Aaker, David. Markalama. İstanbul:Mediacat,2001
- Lindstrom,Martin. Duyular ve Marka. İstanbul:Optimist,2007
- Knapp, E.Duane.Marka Akli. İstanbul,2002
- Ries, Al&Laura. Marka Yaratmanın 22 Kuralı. İstanbul:Mediacat,2000
- Ries,Al&Laura. İnternet'te Marka Yaratmak. İstanbul:Mediacat,2001
- Trout,Jack. Yeni Konumlandırma. İstanbul:Profilo yayın.,1999