

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
TASARIM VE MARKALAŞMA	ICT3158310	Güz Dönemi	3+0	3	3
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Akgün TOKATLI				
Dersi Verenler	Öğr.Gör. Seval ÖZCAN ATA				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	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.				
Dersin İçeriği	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.				
Dersin Öğrenme Çıktıları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
					A, F
Öğretim Yöntemleri					
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav, F: Performans Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
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?				
Kaynaklar					
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					