

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)**2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı****MARKA YÖNETİMİ****Syllabus**

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
MARKA YÖNETİMİ	PR3114897	Güz Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Prof.Dr. Ayşen AKYÜZ				
Dersi Verenler	Prof.Dr. Ayşen AKYÜZ				
Dersin Yardımcıları	PROF.DR.AYŞEN AKYÜZ				
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilerin marka ile ilgili markanın unsurları, konumlandırma, marka kişiliği ve imajı gibi temel kavramları tanınmasını, rekabet avantajı yaratacak marka stratejilerini ve marka iletişim araçlarını öğrenmesini amaçlamaktadır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Markalamaya İlişkin Temel Kavramlar ,Marka Değeri ve Marka Denkliği,Marka Kimliği ve Marka Çağrışımları,Marka Kişiliği ve İmajı,Marka Konumlandırma,Marka Stratejileri,Marka Stratejileri,Bireysel sunumlar,Bireysel sunumlar,Bireysel Sunumlar,Grup projesi,Grup projesi,Grup Projesi,Grup projesi; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1. Markalamanın temel prensiplerini açıklar. 2. Markaya ilişkin temel kavramları tanımlar. 3. Marka değerinin nasıl ölçümlenebileceğini açıklar. 4. Marka denkliği yaratacak markanın unsurlarını tanıır. 5. Temel marka stratejileri açıklar. 6. Temel marka iletişim araçlarını açıklar 7. Marka iletişim stratejilerini açıklar.				14, 16, 20, 5, 9	A, D, E, F
Öğretim Yöntemleri	14: Bireysel Çalışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 20: Tersine Beyin Fırtınası Tekniği, 5: İşbirlikli 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	Markalamaya İlişkin Temel Kavramlar				
2	Marka Değeri ve Marka Denkliği	Ders kitabından ilgili ünitenin okunması			
3	Marka Kimliği ve Marka Çağrışımları	Ders kitabından ilgili ünitenin okunması			
4	Marka Kişiliği ve İmajı	Ders kitabından ilgili ünitenin okunması			
5	Marka Konumlandırma	Ders kitabından ilgili ünitenin okunması			
6	Marka Stratejileri	Marka raporunun okunması			
7	Marka Stratejileri	Marka raporunun okunması			
8	Bireysel sunumlar				
9	Bireysel sunumlar				
10	Bireysel Sunumlar				
11	Grup projesi				
12	Grup projesi				
13	Grup Projesi				
14	Grup projesi				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar
Tosun, N.B. Marka Yönetimi. Beta Yayınevi. Keller, K.L. Strategic Brand Management. Pearson.Power point sunumlar, whitepaper