

**MARKA VE MARKA YÖNETİMİ**

<b>Ders Adı</b>	<b>Ders Kodu</b>	<b>Yarıyıl</b>	<b>Teorik Ders Saati</b>	<b>Uygulama Ders Saati</b>	<b>Kredi</b>	<b>AKTS</b>
Marka ve Marka Yönetimi	SEC_134	Güz/1.Yarıyıl	2	0	2	2
Dersin Önkoşulları	Yok					
Dersin Dili	Türkçe					
Dersin Türü	Seçmeli					
Dersin Veriliş Biçimi	Yüz yüze					
Dersin Sorumluları	Öğr. Gör. Hakan AKAYDIN					
Dersin Amacı	Dersin Amacı yerel ve ulusal düzeyde marka kavramını anlamak ve marka yönetmenin günümüz rekabet ortamında sağlayacağı avantajlara hakim olmaktır					
Dersin Öğrenme Kazanımları	<p>1)Kavramsal boyutu ile marka ve marka yönetimi kavramlarının önemini kavrar.</p> <p>2)Marka ve kimlik arasındaki ilişkiyi tanımlar, marka kimliğinin nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar.</p> <p>3)Marka kişiliği ve marka sadakatinin sektörel yaratacağı farkları kavrar.</p> <p>4)Markanın bileşenlerini ve farklı marka türlerini ayırt eder.</p> <p>5)Marka kavramı ve marka yönetiminin sağlayacağı rekabet avantajlarını tanımlar.</p>					
Ders İçeriği	<p>1.Hafta: Kavramsal Boyutuyla Marka ve Marka Yönetimi</p> <p>2.Hafta: Marka Konumlandırma</p> <p>3.Hafta: Marka Kimliği</p> <p>4.Hafta: Markalama Süreci</p> <p>5.Hafta: Sembolik Markalama</p> <p>6.Hafta: İşlevsel Markalama</p> <p>7.Hafta: Ara Sınav</p> <p>8.Hafta: Marka Denkliği</p> <p>9.Hafta: Markalama Stratejileri</p> <p>10.Hafta: Markalama ve Tüketici Davranışı</p> <p>11.Hafta: Marka İletişimi</p> <p>12.Hafta: Markalama ve Yeni Medya</p> <p>13.Hafta: Marka Kimliği ve marka imajı</p> <p>14.Hafta: Genel Tekrar</p>					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	1. Anlatım Yöntemi					
Önerilen Kaynaklar						
Staj-Uygulama	YOK					

Değerlendirme Yöntemi ve Geçme Kriterleri	Sayısı		Toplam Katkısı(%)	
	Ara Sınav	1		40
Toplam (%)			40	
Yarıyıl içi çalışmalarının başarı notuna katkısı			40	
Final Sınavı	1		60	
Toplam (%)			100	

Program yeterlilikleri (P) / Dersin Öğrenme Kazanımları (Ö) Matrisi

	Ö1	Ö2	Ö3	Ö4
P1				
P2				
P3				
P4				
P5				
P6				
P7	X	X	X	X
P8				
P9	X	X	X	X
P10	X	X	X	X
P11				