

YÜKSEK İHTİSAS ÜNİVERSİTESİ TIP FAKÜLTESİ SEÇMELİ DERS BAŞVURU FORMU

Dersin Adı Kodu	Marka Yönetimi					
Dili	Türkçe					
Yarıyılı	Güz 1	Bahar 1	Güz 2	Bahar 2	Güz 3	Bahar 3
Sorumlu Öğ.El. Adı soyadı	Öğr. Gör. Hakan AKAYADIN					
Dersin Amacı	Öğrencilere markanın önemi, tüketiciler üzerindeki etkileri, marka oluşturma süreçleri ve marka yönetiminin temel özelliklerini tanıtmak amaçlanmaktadır.					
Dersin Öğrenim Hedefleri (Kazanımlar) Bilgi	Fikirden markaya giden süreci ve markanın halkla ilişkilerdeki önemini kavrayabilme					
Dersin Öğrenim Hedefleri (Kazanımlar) Beceri	Marka yaratma Marka ile kimlik arasındaki ilişkiyi kavrayabilme,					
Dersin Öğrenim Hedefleri (Kazanımlar) Tutum	Piyasada sağlam yer edinebilme.					
Haftalık Ders Programı	1.Marka Nedir? 2.Marka Ürün Karşılaştırma 3.Marka Olmanın Önemi 4.Marka Oluşturma 5.Marka Kişiliği 6.Marka Sadakati 7.Ara Sınav (Ölçme-Değerlendirme) 8.Marka Stratejileri 9.Marka Türleri 10.Marka Vaadi 11.Marka İmajı 12 Kişisel Marka 13.Hizmet Sektöründe Marka 14.Degerlendirme					
Ara Sınav ÖlçmeDeğerlendirme	ÇSS	Yazılı sınav	Sözlü	Ödev/Rapor X		
	Diğer (lütfen belirtiniz)					
Final Sınavı ÖlçmeDeğerlendirme	ÇSS	Yazılı sınav	Sözlü	Ödev/Rapor X		
	Diğer (lütfen belirtiniz)					
Ders Materyali	PowerPoint Ders Notu Sunumu Marka sahiplerinin konu ile ilgili Sunumları					
Kaynaklar	- Marka Yönetimi Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler, Işıl Karpaz Aktuglu, İletişim Yayınları,2017 - Marka Yönetimi,Uğur Batı,Alfa yayınları,2015					
Derse Kabul Edilecek Öğrenci Sayısı (Min-Maks) (Minumum Öğrenci sayısı 10 olacaktır)						