

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	BRAND MANAGEMENT / BRAND MANAGEMENT	
Ders Kodu / Course Code	MRK401	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	First Cycle / First Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	3.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı öğrencilerin marka kavramı ve markayı oluşturan bileşenleri tanımalarını, marka oluşturmada kullanılan stratejiler ile marka ve kurum imajı arasındaki ilişkiyi kavramalarını, marka yaratmada iletişimsel ve pazarlama teknikleri, marka olma ve marka oluşturmada pazarlamada ve pazarlama iletişimindeki avantajları, global markalar, imaj-marka arasındaki ilişkiler, imaj yaratımında teknikler gibi konuların marka yönetim sürecinde nasıl işlediğini kavramalarını sağlamaktır.	The aim of this course is to ensure the students to gain knowledge on the basic topics as the brand concept, strategies used to create a brand, brand promotion, brand image, brand personality concept, the connection between brand and corporate image, image transfer and objectives, and advantages of being a brand and creating a brand in marketing and marketing communication, global brands, relations between image-brand and to apply these in their campaign designs by learning the communicational and marketing techniques in creating a brand and the techniques of image making.
İçeriği / Content	<ul style="list-style-type: none"> * Marka kavramı ve marka kavramının gelişimi gelişimi. * Marka yönetim sürecinin tanıtılması * Marka yönetiminin tarihsel sürecinin incelenmesi * Çağdaş pazarlama teknikleri ve marka yönetimi ilişkisinin incelenmesi * Marka iletişim planlarını yapılandırma * Marka etkinliğinin değerlendirilmesi 	<ul style="list-style-type: none"> Concepts about the brand, Brand Management, Brand Creation Process, Determining The Basic Brand Strategies
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Aktuğlu, Işıl, Güçlü Ve Başarılı Markalar İçin Marka Yönetimi, İletişim Yayınları, İstanbul, 2004.	•Işıl Karpat Aktuğlu; Marka Yönetimi, İletişim Yayınları, 2004.

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Associate Prof. Işıl KARPAT AKTUĞLU	
--	-------------------------------------	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka kavramını anlayabilme ve marka bileşenlerini tanıyabilme	Being able to recognize the brand concept and various factors that arise around the brand concept
2	Marka stratejilerini ve bunların özelliklerini kavrayabilme	Being able to comprehend the importance of brand in marketing communication
3	Marka yönetimi ve pazarlama iletişimi karması elemanları ile arasındaki ilişkiyi kurabilme	Being able to relate the brand with the marketing communication mix
4	Marka yönetim sürecine yönelik bir planı tasarlayabilme	Being able to use the marketing techniques in brand and image making

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ders hakkında bilgi ve ders planının açıklanması.	Lecture			
	What's Brand? Brand Structure And Types	Lecture			
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka kavramı ve marka yapısı	Lecture			
	Concepts about the brand (brand image, brand personality, brand preference)	Lecture			
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka ile ilgili kavramlar	Lecture			
	Brand analysis	Lecture			
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka yönetimi ve önemi	Lecture			
	The Concept Of Brand Management and The Importance of It (The emergence of Brand Management, The Importance of Brand Management, The Principles of Brand Management)	Lecture			
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka yönetimi süreci	Lecture			
	Brand Management: Duties and Responsibility Area of Brand Manager, its Place in Organizational Structure	Lecture			

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Marka stratejilerinin belirlenmesi 1	Lecture			
	Brand Creation Process	Lecture			
7	Marka iletişimi 1	Lecture			
	Environmental Conditions in Brand Creation Process	Lecture			
8	Marka iletişimi 2				
	Midterm Exam				
9	arasınav	Lecture			
	Determining The Basic Brand Strategies	Lecture			
10	Marka konumlandırma	Lecture			
	Differentiation and Determining the Brand Value-Brand Equity	Lecture			
11	Marka Değeri ve marka değerini belirleme	Lecture			
	Brand Positioning Decisions	Lecture			

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje sunum	Lecture			
	Determining The Brand Decisions (Determining the brand name and logo, brand registration)	Lecture			
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje sunum	Lecture			
	Determining The Brand Communication Objectives 1	Lecture			
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje sunum	Lecture			
	Determining The Brand Communication Objectives 2	Lecture			
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Branding Process in Turkey	Lecture			
	Branding Process in Turkey	Lecture			
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final exam				
	Final exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Final Sınavı / Final Examination	1	18.00	18.00
Rapor Hazırlama / Report Preparation	1	30.00	30.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	3.00	42.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	10.00	10.00
Toplam / Total:	17	61.00	100.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 100.00/30.00 = 3.33 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 100.00 / 30.00 = 3.33 ~

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes												
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13
1.Marka kavramını anlayabilme ve marka bileşenlerini tanıyabilme / Being able to recognize the brand concept and various factors that arise around the brand concept													
2.Marka stratejilerini ve bunların özelliklerini kavrayabilme / Being able to comprehend the importance of brand in marketing communication													
3.Marka yönetimi ve pazarlama iletişimi karması elemanları ile arasındaki ilişkiyi kurabilme / Being able to relate the brand with the marketing communication mix													
4.Marka yönetim sürecine yönelik bir planı tasarlayabilme / Being able to use the marketing techniques in brand and image making													

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high