

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	BRAND MANAGEMENT AND MARKETING / BRAND MANAGEMENT AND MARKETING	
Ders Kodu / Course Code	4113001202016	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Short Cycle / Short Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	3.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
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 ders ile öğrenciye ürün pazarlamak marka ve fiyatlandırma çalışmalarını incelemek ve dağıtım kanalları ve tutundurma çalışmalarını incelemek yeterlilikleri kazandırılacaktır.	ability to market the product, research the brand and pricing activities, research the distribution channels and promotion activities
İçeriği / Content	Pazarlama araştırmalarını incelemek, fiyatlandırma çalışmalarını incelemek, Türk hazır giyim sektörü moda pazarlama yapısı ve stratejilerini incelemek	investigating market research, pricing activities and fashion design structure and strategies of Turkish apparel sector
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	1. Şule Çivitçi; "Moda Pazarlama", Asil Yayınevi, Ankara 2. Philip Kotler; "Soru ve Cevaplarla Günümüzde Pazarlamanın Temelleri" (Çev:Ümit Şensoy), Optimist Yayın Dağıtım, İstanbul, 2009 3. Philip Kotler ve Waldemar Pfoertsch; "B2B Marka Yönetimi", Media Cat Yayınları, 2010 4. Öğretim elemanı ders notları	1. Şule Çivitçi; "Moda Pazarlama", Asil Yayınevi, Ankara 2. Philip Kotler; "Soru ve Cevaplarla Günümüzde Pazarlamanın Temelleri" (Çev:Ümit Şensoy), Optimist Yayın Dağıtım, İstanbul, 2009 3. Philip Kotler ve Waldemar Pfoertsch; "B2B Marka Yönetimi", Media Cat Yayınları, 2010 4. Lecturer's notes
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. İnci Balcı	

## ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

0	Marka ve fiyatlandırma çalışmalarını incelemek	investigating the brand and pricing activities
1	Dağıtım kanalları ve tutundurma çalışmalarını incelemek	investigating the distribution channels and promotion activities

## HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
0	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama araştırmalarını incelemek				
	investigating market research				
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama araştırmalarını incelemek				
	investigating market research				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün oluşturma ve marka çalışmalarını incelemek				
	building up the product and investigating the brand activities				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün oluşturma ve marka çalışmalarını incelemek				
	building up the product and investigating the brand activities				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün oluşturma ve marka çalışmalarını incelemek				
	building up the product and investigating the brand activities				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
5	Fiyatlandırma çalışmalarını incelemek				
	investigating pricing activities				
6	Fiyatlandırma çalışmalarını incelemek				
	investigating pricing activities				
7	Ara Sınav				
	Midterm Exam				
8	Dağıtım kanallarını tanımak ve incelemek				
	investigating distribution channels				
9	Dağıtım kanallarını tanımak ve incelemek				
	investigating distribution channels				
10	Tutundurma çalışmalarını tanımak ve incelemek				
	investigating promotion activities				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
11	Tutundurma çalışmalarını tanımak ve incelemek				
	investigating promotion activities				
12	Türk hazır giyim sektörü moda pazarlama yapısı ve stratejilerini incelemek				
	investigatin fashion marketing structure and strategies of Turkish apparel sector				
13	Türk hazır giyim sektörü moda pazarlama yapısı ve stratejilerini incelemek				
	investigatin fashion marketing structure and strategies of Turkish apparel sector				
14	Türk hazır giyim sektörü moda pazarlama yapısı ve stratejilerini incelemek				
	investigatin fashion marketing structure and strategies of Turkish apparel sector				
15					

## 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)
Uygulama/Pratik / Practice	1	14.00	14.00
Bireysel Çalışma / Self Study	1	64.00	64.00
Derse Katılım / Attending Lectures	1	14.00	14.00
Toplam / Total:	3	92.00	92.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 92.00/30.00 = 3.07 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 92.00 / 30.00 = 3.07 ~

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
0.Marka ve fiyatlandırma çalışmalarını incelemek / investigating the brand and pricing activities	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1.Dağıtım kanalları ve tutundurma çalışmalarını incelemek / investigating the distribution channels and promotion activities	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

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