

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	STRAGIC BRAND MANAGEMENT / STRAGIC BRAND MANAGEMENT	
Ders Kodu / Course Code	9204015182020	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Second Cycle / Second Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
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 dersin amacı, marka, markalama ve marka değeri kavramlarına ilişkin anlayış yaratmak, uygun marka mesaj ve medya stratejileri geliştirecek ve ilgili araçları tanımlayıp marka performansını değerlendirebilecek düzeyde bilgi oluşturmaktır. Ayrıca pazarlama iletişiminin tüm diğer marka mesajları ile bütünleştirilmesi gereken interaktif bir süreç olduğuna ilişkin anlayış yaratmak da hedeflenmektedir	This course aims to provide understanding of brands, branding, and brand equity, to create knowledge enough to be able to develop appropriate brand message and media strategies and to identify and evaluate brand messages. Also it is aimed to create understanding that marketing communication is an interactive process that must be properly integrated with all the other brand messages.
İçeriği / Content	Marka, markalama ve marka değeri kavramları, Marka mesajları ve medya stratejileri geliştirme, Stratejik marka yönetimi süreci, uygun araçları tanımlama, marka performansını değerlendirme konuları işlenmektedir.	Concepts of brands, branding, and brand equity, developing brand messages and media strategies, strategic brand management process, defining appropriate tools, evaluation of brand performance topics will be covered.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None

Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Strategic Brand Management, KevinLane Keller, Prentice-Hall, 2003 (2E) ISBN:0131105833</li> <li>•Brand Management- A Theoretical and Practical Approach, 2003, Rik Riezebos, Pearson Education, PrenticeHall</li> <li>•Best Practice Cases in Branding, Kevin Keller, Prentice Hall</li> <li>•Building Strong Brands, David A. Aaker, The Free Press, 1996</li> <li>•Building the Brand-Driven Business, Scott M. Davisand Michael Dunn, Jossey-Bass Publ., 2002.</li> <li>•Bu Topraklardan Dünya Markası çıkar mı? Güven Borça Mediacat Kitapları, Kapital Yayınevi</li> <li>İlgili kitaplar ve yayınlar tavsiye edilir.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Strategic Brand Management, KevinLane Keller, Prentice-Hall, 2003 (2E) ISBN:0131105833</li> <li>•Brand Management- A Theoretical and Practical Approach, 2003, Rik Riezebos, PearsonEducation, PrenticeHall</li> <li>•Best Practice Cases in Branding, Kevin Keller, Prentice Hall</li> <li>•Building Strong Brands, David A. Aaker, The Free Press, 1996</li> <li>•Building the Brand-Driven Business, Scott M. Davis and Michael Dunn, Jossey-Bass Publ., 2002.</li> <li>•Bu Topraklardan Dünya Markası çıkar mı? Güven Borça Mediacat Kitapları, Kapital Yayınevi</li> <li>Related boks and periodicals are recommended.</li> </ul>
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	DOÇ. DR. AYKAN CANDEMİR	

### ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka, markalama ve marka değeri kavramları tanımlayabilmek	To be able to define brand, branding, and brand equity
2	Stratejik marka ve medya stratejilerini belirleyebilme	To be able to determine strategic brand message and media strategies
3	Marka mesajlarını geliştirme ve değerlendirebilmek	To be able to develop and evaluate brand messages

### HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Kavramı				
	Brand Concept				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Yönetimi				
	Brand Management				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri Temelli Marka Değeri				
	Customer Based Brand Equity				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Konumlandırma ve Marka Değerleri				
	Brand Positioning and Brand Value				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Elemanları				
	Brand Elements				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Marka Değeri Geliştirmek için Pazarlama Programları Tasarlamak				
	Designing Marketing Programs to Develop Brand Equity				
7	Marka Değeri ve Bütünleşik Pazarlama İletişimi				
	Brand Equity and Integrated marketing Communication				
8	Ara Sınav				
	Midterm Exam				
9	İkincil Marka Çağrışımları				
	Secondary Brand Recall				
10	Marka Değeri Ölçümü				
	Brand Equity Measurement				
11	Marka Değeri Kaynaklarının Ölçümü				
	Measuring Sources of Brand Equity				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Marka Değeri Çıktılarının Ölçümü				
	Measuring Outcomes of Brand Equity				
13	Marka Stratejilerinin Tasarlanması ve Yürütülmesi				
	Designing and Implementing Brand Strategies				
14	Yeni Ürünlerin Markalanması ve Marka Genişleme Stratejileri				
	Branding New Products and Brand Extension Strategies				
15	Proje Sunumları				
	Project Presentations				
16	Final Sınavı				
	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)
Bireysel Çalışma / Self Study	10	4.00	40.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	5	4.00	20.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	10	4.00	40.00
Okuma / Reading	8	3.00	24.00
Derse Katılım / Attending Lectures	16	3.00	48.00
Toplam / Total:	50	20.00	174.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 174.00/30.00 = 5.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 174.00 / 30.00 = 5.80 ~

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	1.1.14	1.1.15	1.1.16	1.1.17
1.Marka, markalama ve marka değeri kavramları tanımlayabilmek / To be able to define brand, branding, and brand equity	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	
2.Stratejik marka ve medya stratejilerini belirleyebilme / To be able to determine strategic brand message and media strategies	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	
3.Marka mesajlarını geliştirme ve değerlendirebilmek / To be able to develop and evaluate brand messages	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	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