

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Brand Management / Brand Management	
Ders Kodu / Course Code	OHIT258	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
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	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Evening Class / Evening Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	1-Markanın ve markalaşmanın rekabet ve strateji açılarından öneminin anlaşılması. 2- Doğru ve değerinde mesaj verebilmenin önemi 3- Sürdürülebilir pazarlama iletişimi metodlarının anlaşılması	1. Understanding the importance of brand strategy as part of the competitive strategy 2. Right and valuable brand message creation 3. Sustainability of the communication and marketing approaches
İçeriği / Content	Marka Hunisi Marka Sadakati Marka Değeri Yeni Marka oluşturma Marka Başarı ve Başarısızlık Hikayeleri	Brand Funnel Brand Loyalty Brand Value Creating a new brand Success stories of brands Failure cases of brands
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status	En iyi 5 öğrenciye staj ayarlama	Top 5 student will be awarded internship
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Sunumlar, vaka çalışmaları ve dokümanları Seda Erdem tarafından sağlanacaktır. Gerekli zamanlarda konuk konuşmacılar ayarlanacaktır.	Cases, presentations and documents will be provided by Seda Erdem Guest Lecturers and speakers will be invited.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Seda Erdem	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka Hunisi Oluşturma	Brand Funnel
2	Yeni marka oluşturma	Creating a new brand
3	Sadakat Programı ve Uygulamaları Oluşturma	Creating Loyalty Programs and Applications
4	Z kuşağını anlama ve Z kuşağına uygun marka yönetimi ve pazarlama planları geliştirme	Understanding GEN Z and creating brand strategy and marketing approaches for Gen Z
5	Marka Kimliği Oluşturma	Creating Brand Identity

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 Yönetimine Stratejik Bakış				
	Strategic View on Brand Management				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Markanın Tanımı, Önemi ve İlgili Kavramlar				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Bağlılığı				
	Brand Loyalty				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Z kuşağının markaya bakışı ve Z kuşağına yönelik marka ve pazarlama yönetimi				
	Understanding GEN Z and creating brand and marketing strategy towards GEN Z.				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Hunisi				
	Brand Funnel				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Yönetiminde Kalite Algısı				
	Quality Perception in Brand Management				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Konumlandırma Stratejileri				
	Brand Positioning Strategies				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yerel ve Uluslararası Marka Yaratma Hikayeleri				
	Global and Local Brand Creation				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dünyada ve ülkemizde iz bırakan marka hikayeleri				
	Global and Local success and failure brand stories				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Marka Yönetimi				
	Creating a new brand				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Marka Yönetimi				
	Digital Brand Management				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri İlişkileri Yönetimi				
	Customer Relationship Management				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	60
Ev Ödevi / Homework	5	40
Toplam / Total:	6	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)
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	5	5.00	25.00
Ev Ödevi / Homework	5	2.00	10.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	5	5.00	25.00
Örnek Vaka İncelemesi / Case Study	5	3.00	15.00
Toplam / Total:	20	15.00	75.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 75.00/25.00 = 3.00 ~ 3.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 75.00 / 25.00 = 3.00 ~ 3.00			

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.Marka Hunisi Oluşturma / Brand Funnel	5	5	5	5	3	5	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5
2.Yeni marka oluşturma / Creating a new brand	5	5	5	4	4	5	1	4	5	1	5	5	5	5	5	5
3.Sadakat Programı ve Uygulamaları Oluşturma / Creating Loyalty Programs and Applications	5	5	5	4	3	5	1	3	5	1	5	5	5	5	4	5
4.Z kuşağını anlama ve Z kuşağına uygun marka yönetimi ve pazarlama planları geliştirme / Understanding GEN Z and creating brand strategy and marketing approaches for Gen Z	5	5	5	5	4	5	1	4	4	1	5	5	5	5	4	5
5.Marka Kimliği Oluşturma / Creating Brand Identity	5	5	5	5	4	5	1	5	5	1	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