

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Brand Management / Brand Management	
Ders Kodu / Course Code	OHIT278	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	4.00	
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	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	-	-
Amacı / Purpose	Dersin amacı öğrencilerin marka yönetimin içerdiği konseptler, analizler, ve aktiviteler hakkında bilgilendirmek ve sorunları fark etmek, çözmek konusunda uygulama olanağı sağlamaktır.	The aim of the course is to inform students about the concepts, analyzes, and activities of brand management and to enable them to practice in recognizing and solving problems.
İçeriği / Content	Marka yönetimi belirlenen konumlandırma amacı doğrultusunda biçimsel ve içeriksel tasarımı yapılan markanın çeşitli mesajlar ile hedef kitleye iletilip marka denkliğinin oluşması aşamaları incelenmektedir.	In line with the positioning purpose determined by the brand management, the stages of the brand's formal and contextual design are conveyed to the target audience with various messages and the formation of brand equity is examined.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Mezun olduklarında sektörde bu ders alt yapı oluşturması açısından önemlidir.	It is important to create a filler infrastructure when they graduate.
Staj Durumu / Internship Status	-yok	-none
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Marka yönetimi Nurhan babür Brand management Michael beverland	Marka yönetimi Nurhan babür Brand management Michael beverland
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. Ferhat DUMANLI	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Markaya ilişkin temel kavramları ayırt edebilecektir.	Will be able to distinguish the basic concepts related to the brand.
2	Marka kimliği planlama modellerini tartışabilecektir.	Will be able to discuss brand identity planning models.
3	Markaya yönelik iletişim stratejilerini tartışabilecektir.	Will be able to discuss communication strategies for the brand.
4	Marka yönetimi ve bütünleşik iletişim stratejilerini eleştirebilecektir.	Will be able to criticize brand management and integrated communication strategies.

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 konumlandırma				
	Brand positioning				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka kimliği				
	Brand identity				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka süreci				
	Brand process				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sembolik ve işlevsel markalar				
	Symbolic and functional brands				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka denkliği				
	Brand equity				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Markalaşma stratejileri				
	Branding strategies				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Mid-Term				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Markalaşma ve tüketici				
	Branding and the consumer				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka iletişimi				
	Brand communication				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka iletişimi				
	Brand communication				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam kavramı				
	Advertising concept				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Markalaşma ve yeni medya				
	Branding and new media				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Finale hazırlık				
	Preparation to 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)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	7.00	7.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	3.00	42.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	7.00	7.00
Okuma / Reading	14	3.00	42.00
Toplam / Total:	32	24.00	102.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 102.00/25.00 = 4.08 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 102.00 / 25.00 = 4.08 ~			

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.Markaya ilişkin temel kavramları ayırt edebilecektir. / Will be able to distinguish the basic concepts related to the brand.	4	5	3			4										
2.Marka kimliği planlama modellerini tartışabilecektir. / Will be able to discuss brand identity planning models.	4	5	4			4										
3.Markaya yönelik iletişim stratejilerini tartışabilecektir. / Will be able to discuss communication strategies for the brand.	4	5	4			4										
4.Marka yönetimi ve bütünsel iletişim stratejilerini eleştirebilecektir. / Will be able to criticize brand management and integrated communication strategies.	4	5	4			4										

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