

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Marketing and Brand Management / Marketing and Brand Management	
Ders Kodu / Course Code	IST506	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master without Thesis / Master without Thesis	
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	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama kavramları, stratejileri ve marka yönetimi prensipleri hakkında temel bilgiler sağlamaktır.	The objective of this course is to provide students with a foundational understanding of marketing concepts, strategies, and principles of brand management.
İçeriği / Content	Öğrenciler, pazarlama planlaması, müşteri analizi, marka yönetimi ve pazarlama iletişimi gibi konuları öğrenecek ve gerçek dünya örneklerine dayanan projeler ve grup çalışmaları yoluyla uygulama becerilerini geliştireceklerdir.	Students will learn about marketing planning, customer analysis, brand management, and marketing communication, and develop practical skills through projects and group exercises based on real-world examples.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	1Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson. 2Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2012). Brand Leadership: Building Assets in an Information Economy. Free Press. 3Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Marketing: An Introduction (13th ed.). Pearson. 4Keller, K. L. (2016). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (4th ed.). Pearson.	1Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson. 2Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2012). Brand Leadership: Building Assets in an Information Economy. Free Press. 3Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Marketing: An Introduction (13th ed.). Pearson. 4Keller, K. L. (2016). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (4th ed.). Pearson.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç.Dr. Ceyda Deneçli	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlama kavramlarını ve prensiplerini anlama.	Understand the concepts and principles of marketing.
2	Pazarlama stratejileri ve planlaması konusunda bilgi ve beceri kazanma.	Gain knowledge and skills in marketing strategies and planning.
3	Tüketici davranışlarını analiz etme ve pazarlama stratejilerine uygulama becerisi geliştirme.	Develop the ability to analyze consumer behavior and apply it to marketing strategies.
4	Marka yönetimi ve marka stratejileri konularında bilgi ve beceri kazanma.	Acquire knowledge and skills in brand management and brand strategies.
5	Pazarlama iletişimi ve pazarlama kampanyalarının planlanması becerisi kazanma.	Develop skills in marketing communication and campaign planning.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama ve Marka Yönetimine Giriş				
	Introduction to Marketing and Brand Management				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Stratejileri ve Planlama				
	Marketing Strategies and Planning				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri Analizi ve Pazar Araştırması				
	Customer Analysis and Market Research				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hedef Pazar ve Segmentasyon				
	Target Market and Segmentation				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün ve Hizmet Yönetimi				
	Product and Service Management				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatlandırma Stratejileri				
	Pricing Strategies				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım Kanalları ve Lojistik Yönetimi				
	Distribution Channels and Logistics Management				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Yönetimi				
	Brand Management				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama İletişimi				
	Marketing Communication				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Pazarlama				
	Digital Marketing				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve Promosyon Stratejileri				
	Advertising and Promotion Strategies				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış Yönetimi				
	Sales Management				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama				
	Global Marketing				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Planı Oluşturma ve Değerlendirme				
	Marketing Plan Development and Evaluation				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	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)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	30.00	30.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	20.00	20.00
Final Sınavı / Final Examination	1	40.00	40.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	30.00	30.00
Okuma / Reading	1	25.00	25.00
Toplam / Total:	5	145.00	145.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 145.00/25.00 = 5.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 145.00 / 25.00 = 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.Pazarlama kavramlarını ve prensiplerini anlama. / Understand the concepts and principles of marketing.										
2.Pazarlama stratejileri ve planlaması konusunda bilgi ve beceri kazanma. / Gain knowledge and skills in marketing strategies and planning.										
3.Tüketici davranışlarını analiz etme ve pazarlama stratejilerine uygulama becerisi geliştirme. / Develop the ability to analyze consumer behavior and apply it to marketing strategies.										
4.Marka yönetimi ve marka stratejileri konularında bilgi ve beceri kazanma. / Acquire knowledge and skills in brand management and brand strategies.										
5.Pazarlama iletişimi ve pazarlama kampanyalarının planlanması becerisi kazanma. / Develop skills in marketing communication and campaign planning.										

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