

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Fashion Marketing / Fashion Marketing	
Ders Kodu / Course Code	TMD515	
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	Marka kavramları, moda ile ilişkileri gelişimi hakkında bilimsel araştırmalar incelenir, tekstil ve moda tasarımına etkileri hakkında tartışmalar ile yeni fikirler ve çalışmalar gerçekleştirilir.	Scientific researches about the development of brand concepts and their relations with fashion are examined, discussions about their effects on textile and fashion design, and new ideas and studies are carried out.
İçeriği / Content	Moda marka yönetimi kavramları, marka tanıtım, pazarlama, tutundurma ve performansını değerlendirme konularını kapsar.	It covers the concepts of fashion brand management and brands marketing, promotion and performance evaluation.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	YOK	NONE
Staj Durumu / Internship Status	YOK	NONE

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Moda Sistemi-Roland Barthes Tuhaf - Marka Yönetimi- M. İmer Özer Marka Deneyimi Yaratmak-Darren Coleman Marka ve Marka Stratejileri-Çağatan Taşkın Derinliğine Marka-Muhterem İlgüner Marka ve Marka Özgünlüğü - Uygulamalı-Kazım Dağ Marka Yönetimi-Nurhan Babür Tosun Marka Yönetimi-Mehmet Baş Marka Kişiliği-Mevlüt Sedat Dönmez Marka Kültürü-Debbie Millman Marka Yönetimi-Bülent Demirdağ Marka Değeri ve Marka Değerlemede Kullanılan Finansal Yöntemler-Osman Barlas Bursalı "AKTUĞLU, I., Marka Yönetim Süreci ve Tanıtımın Rolü, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi. BUREAU, J., Brand Managment-Planning and Control, DUFFY, N., Aşkla Yaratılan Markalar ELİTOK, B., Hadi Markalaşalım, UZUĞ, F., Markan Kadar Konuş Marka İletişimi Stratejileri; WERNER,K., Markaların Kara Kitabı RANDALL, G., Markalaştırma, RIES AL, L., Markaların Evrimi, TOMLINSON, J., Küreselleşme ve Kültür TUTAR, H., Küreselleşme Sürecinde İşletme Yönetimi, PRINGLE, H., Marka Ruhü, MORGAN, A., İçimizdeki Korsan, Çivitçi Sule, " Moda Pazarlama ", Noble Publishing, Ankara Philip Kotler: "Marketing Basics Questions and answers today" (William Hope Sensoy), Optimist Publishing, London, 2009 Philip Kotler and Waldemar Pfoertsch, "B2B Brand Management", Media Cat Publications, 2010 Kabukcu Arslan, E. 2017, E Moda Pazarlama, Detay Yayıncılık Arslan, K. 2019. Moda Pazarlaması, Detay Yayıncılık BERNA ERSOY 2002 Moda pazarlamasının önemi ve moda sanayiinden bir örnek: Vakko TUĞÇE OZANSOY ÇADIRCI 2009 Moda ürünlerinin pazarlanmasında sosyo-psikolojik faktörlerin tüketici tercihleri ile ilişkisi üzerine bir pilot araştırma FERHAT DUMANLI 2014 Moda pazarlamada tasarım ve uyumun önemi EVRİM KABUKCU 2015 Moda pazarlamasında bitmiş ürünlerin tasarımına ilişkin uzman görüşleri analizi ve IPMS modeli BESTE DEMİRTAŞ 2019 Moda pazarlamasında tüketicinin renk tercihinde benlik kavramının rolü: Giyim sektöründe bir araştırma	Moda Sistemi-Roland Barthes Tuhaf - Marka Yönetimi- M. İmer Özer Marka Deneyimi Yaratmak-Darren Coleman Marka ve Marka Stratejileri-Çağatan Taşkın Derinliğine Marka-Muhterem İlgüner Marka ve Marka Özgünlüğü - Uygulamalı-Kazım Dağ Marka Yönetimi-Nurhan Babür Tosun Marka Yönetimi-Mehmet Baş Marka Kişiliği-Mevlüt Sedat Dönmez Marka Kültürü-Debbie Millman Marka Yönetimi-Bülent Demirdağ Marka Değeri ve Marka Değerlemede Kullanılan Finansal Yöntemler-Osman Barlas Bursalı "AKTUĞLU, I., Marka Yönetim Süreci ve Tanıtımın Rolü, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi. BUREAU, J., Brand Managment-Planning and Control, DUFFY, N., Aşkla Yaratılan Markalar ELİTOK, B., Hadi Markalaşalım, UZUĞ, F., Markan Kadar Konuş Marka İletişimi Stratejileri; WERNER,K., Markaların Kara Kitabı RANDALL, G., Markalaştırma, RIES AL, L., Markaların Evrimi, TOMLINSON, J., Küreselleşme ve Kültür TUTAR, H., Küreselleşme Sürecinde İşletme Yönetimi, PRINGLE, H., Marka Ruhü, MORGAN, A., İçimizdeki Korsan, Çivitçi Sule, " Moda Pazarlama ", Noble Publishing, Ankara Philip Kotler: "Marketing Basics Questions and answers today" (William Hope Sensoy), Optimist Publishing, London, 2009 Philip Kotler and Waldemar Pfoertsch, "B2B Brand Management", Media Cat Publications, 2010 Kabukcu Arslan, E. 2017, E Moda Pazarlama, Detay Yayıncılık Arslan, K. 2019. Moda Pazarlaması, Detay Yayıncılık BERNA ERSOY 2002 Moda pazarlamasının önemi ve moda sanayiinden bir örnek: Vakko TUĞÇE OZANSOY ÇADIRCI 2009 Moda ürünlerinin pazarlanmasında sosyo-psikolojik faktörlerin tüketici tercihleri ile ilişkisi üzerine bir pilot araştırma FERHAT DUMANLI 2014 Moda pazarlamada tasarım ve uyumun önemi EVRİM KABUKCU 2015 Moda pazarlamasında bitmiş ürünlerin tasarımına ilişkin uzman görüşleri analizi ve IPMS modeli BESTE DEMİRTAŞ 2019 Moda pazarlamasında tüketicinin renk tercihinde benlik kavramının rolü: Giyim sektöründe bir araştırma
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Ü. Cantürk ÖZ	Dr. Öğr. Ü. Cantürk ÖZ

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka kavramlarını bilir	Knows brand concepts
2	Moda sektöründe markaları analiz eder	Analyzes brands in the fashion industry
3	Moda Marka bileşenlerini kavrar	Understands the components of Fashion Brand
4	Bir moda markası planlar	Plans a fashion brand

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Derse Giriş (Tasarım, Moda ve Modayı Etkileyen Etkenler. Marka Tanımları)				
	Introduction to the Course (Design, Fashion and Factors Affecting Fashion. Brand Definitions)				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Karması				
	Marketing mix				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Moda Pazarlaması				
	Fashion Marketing				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Unsurları (Marka Kişiliği-Marka İmajı-Marka Bağlılığı)				
	Elements of Brand (Brand Personality-Brand Image-Brand Loyalty)				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Unsurları (Marka Farkındalığı-Marka Çağrışımları-Marka değeri -Marka vaadi)				
	Elements of Brand (Brand Awareness-Brand Associations-Brand Value-Brand Promise)				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Konumlandırma				
	Brand Positioning				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Konumlandırma				
	Brand Positioning				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Vize				
	MIDTERM				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka stratejileri				
	Brand strategies				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka stratejileri				
	Brand strategies				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka ve Görsel Değerler				
	Brand and Visual Values				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka ve Görsel Değerler				
	Brand and Visual Values				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sunu				
	Presentation				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sunu				
	Presentation				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				

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	1.00	1.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	20.00	20.00
Bireysel Çalışma / Self Study	1	30.00	30.00
Derse Katılım / Attending Lectures	1	14.00	14.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	30.00	30.00
Makale Kritik Etme / Criticising Paper	1	5.00	5.00
Proje Hazırlama / Project Preparation	1	40.00	40.00
Proje Sunma / Project Presentation	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	9	142.00	142.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 142.00/25.00 = 5.68 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 142.00 / 25.00 = 5.68 ~			

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.Marka kavramlarını bilir / Knows brand concepts	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
2.Moda sektöründe markaları analiz eder / Analyzes brands in the fashion industry	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4
3.Moda Marka bileşenlerini kavrar / Understands the components of Fashion Brand	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5
4.Bir moda markası planlar / Plans a fashion brand	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	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