

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Advanced Marketing and Brand Management / Advanced Marketing and Brand Management	
Ders Kodu / Course Code	IYD620	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level		
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 ve marka yönetimi konularında derinlemesine bilgi ve beceri kazandırmak, öğrencilerin stratejik pazarlama planlaması, marka yönetimi ve pazarlama yenilikleri konularında yetkinliklerini geliştirmek ve öğrencilere ileri düzeyde pazarlama stratejileri ve araçları sunmaktır.	The objective of this course is to provide students with in-depth knowledge and skills in marketing and brand management, enhance students' competencies in strategic marketing planning, brand management, and marketing innovations, and introduce advanced marketing strategies and tools to students.
İçeriği / Content	Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama ve marka yönetimi konularında derinlemesine bilgi ve beceri kazandırmak, öğrencilerin stratejik pazarlama planlaması, marka yönetimi ve pazarlama yenilikleri konularında yetkinliklerini geliştirmek ve öğrencilere ileri düzeyde pazarlama stratejileri ve araçları sunmaktır.	The objective of this course is to provide students with in-depth knowledge and skills in marketing and brand management, enhance students' competencies in strategic marketing planning, brand management, and marketing innovations, and introduce advanced marketing strategies and tools to students.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	YOK	NONE
Staj Durumu / Internship Status	YOK	NONE

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	1Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2019). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5th ed.). Pearson. 2Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). Marketing Management (3rd European ed.). Pearson. 3Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2012). Brand Leadership: The Next Level of the Brand Revolution. Simon and Schuster. 4Berthon, P., Pitt, L., Plangger, K., & Shapiro, D. (2012). Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. Business Horizons, 55(3), 261-271. 5Armstrong, G., & Kotler, P. (2019). Marketing: An Introduction (14th ed.). Pearson.	1Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2019). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5th ed.). Pearson. 2Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). Marketing Management (3rd European ed.). Pearson. 3Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2012). Brand Leadership: The Next Level of the Brand Revolution. Simon and Schuster. 4Berthon, P., Pitt, L., Plangger, K., & Shapiro, D. (2012). Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. Business Horizons, 55(3), 261-271. 5Armstrong, G., & Kotler, P. (2019). Marketing: An Introduction (14th ed.). Pearson.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Serhat Dağlı	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	İleri düzey pazarlama yönetiminin ve markalamanın anlam ve önemini kavramak	To understand the meaning and significance of advanced marketing management and branding.
2	Pazarlama, marka ve müşteri kavramlarını anlamak	To understand the concepts of marketing, branding, and customers.
3	İçinde bulundukları kurumlarını, kurumlarının hedeflerini ve müşterilerini daha iyi tanımak	To better understand the organizations they work for, their organizations' goals, and their customers.
4	müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını anlamaya yönelik adımların nasıl atılacağını kavranmasını sağlamak	To enable the participants to understand how to take steps towards understanding the wants and needs of their customers.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İleri Pazarlama ve Marka Yönetimine Giriş				
	Introduction to Advanced Marketing and Brand Management				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Stratejisi ve Planlama				
	Marketing Strategy and Planning				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Davranışı ve Pazar Segmentasyonu				
	Consumer Behavior and Market Segmentation				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Yönetimi ve Marka Değerinin Oluşturulması				
	Brand Management and Building Brand Equity				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Araştırmaları ve Veri Analitiği				
	Marketing Research and Data Analytics				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Yönetimi				
	Digital Marketing and Social Media Management				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İnovasyon ve Yeni Ürün Geliştirme				
	Innovation and New Product Development				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve Promosyon Yönetimi				
	Advertising and Promotion Management				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hedefe Yönelik Pazarlama ve Bölgesel Pazarlama				
	Targeted Marketing and Regional Marketing				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Kanalları ve Dağıtım Stratejileri				
	Marketing Channels and Distribution Strategies				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama ve Uluslararası Pazarlara Giriş				
	Global Marketing and Entry into International Markets				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kriz Pazarlaması ve İtibar Yönetimi				
	Crisis Marketing and Reputation Management				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeşil Pazarlama ve Sürdürülebilirlik				
	Green Marketing and Sustainability				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Geleceğin Pazarlama Trendleri ve Yenilikçi Pazarlama Stratejileri				
	Future Marketing Trends and Innovative Marketing Strategies				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Takım/Grup Çalışması / Team/Group Work	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)
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Takım/Grup Çalışması / Team/Group Work	1	148.00	148.00
Toplam / Total:	2	150.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 150.00/25.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 25.00 = 6.00 ~ 6.00			

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.İleri düzey pazarlama yönetiminin ve markalamanın anlam ve önemini kavramak / To understand the meaning and significance of advanced marketing management and branding.	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
2.Pazarlama, marka ve müşteri kavramlarını anlamak / To understand the concepts of marketing, branding, and customers.	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
3.İçinde bulundukları kurumlarını, kurumlarının hedeflerini ve müşterilerini daha iyi tanımak / To better understand the organizations they work for, their organizations' goals, and their customers.	5	5	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4.müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını anlamaya yönelik adımların nasıl atılacağını kavranmasını sağlamak / To enable the participants to understand how to take steps towards understanding the wants and needs of their customers.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	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