

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Brand Studies / Brand Studies	
Ders Kodu / Course Code	RMI515	
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		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Ön Koşul Yoktur	There are no prerequisites
Amacı / Purpose	Bu ders, marka yönetimi sürecini teorik ve pratik yaklaşımlarla analiz ederek öğrencilerin konuyla ilgili bütünlüklü bir donanıma sahip olmasını hedeflemektedir.	This course aims to provide students with a comprehensive knowledge of the subject by analyzing the brand management process with theoretical and practical approaches.
İçeriği / Content	Günümüz pazarlama evreninde sürdürülebilir rekabet avantajı yaratmak için kilit önem taşıyan marka oluşturma, marka stratejisi belirleme ve yönetme gibi konular ders kapsamında gerçek marka hikayeleriyle örneklenerek tartışılacaktır.	In today's marketing universe, topics such as brand building, brand strategy determination and management, which are key to creating sustainable competitive advantage, will be exemplified and discussed with real brand stories in the course.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Yedi Adımda Markalaşma, Altay Ayhan Pazarlama Sistemleri Güçlü Markalar Yaratmak, David Aaerke Marka Yönetimi, Uğur Batı	Branding in Seven Steps, Altay Ayhan Marketing Systems Building Strong Brands, David Aaerke Brand Management, Uğur Batı
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğretim Üyesi Gülçin Manka	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler pazarlama iletişiminin temel kavramlarını tanımlayabilir.	Students who successfully complete this course will be able to define the basic concepts of marketing communication.
2	İletişim, Algı, imaj ve ikna edici iletişim konularını bilir ve marka oluşturmada başarıyla kullanır.	Knows communication, perception, image and persuasive communication issues and successfully uses them in brand building.
3	Marka kimliği oluşturma ve yönetme konusunu kavrar ve bu sektörde başarılı ve yetkin çalışmalar yapar.	Understands the issue of creating and managing brand identity and performs successful and competent work in this sector.
4	Marka konusunda dünyada ve Türkiye'deki başarılı ve önemli örnekleri inceleyerek bu alanda teorik bilgi donanımına sahip olur.	She has the theoretical knowledge in this area by examining hardware and important examples of successful brands in the world and in Turkey.
5	Reklamcılıkta marka yönetiminin yerini ve önemini bilir ve kavrar, bu bilgilerin ışığında profesyonel anlamda yaratıcı çalışmaları yetkinlikle yapabilir.	Knows and understands the place and importance of the brand in advertising, and can competently do professional creative work with this knowledge.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Giriş ve Tanışma				
	Introduction				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İletişim, Algı, Kitle İletişimi				
	Communication, Perception, Mass Media				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama İletişimi nedir, bileşenleri, Markanın pazarlama iletişimi içindeki yeri				
	Marketing Communication and its competents, Position of the brand in marketing communication				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Kimliği-Gerçek Hayattan Örnekler				
	Brand Identity - Examples from Real Life				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Kişiliği-Gerçek Hayattan Örnekler				
	Brand Personality-Real Life Examples				

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
	Ürün Geliştirme ve Fiyatlandırma				
	Product Development and Pricing				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Vize Haftası				
	Midterm Week				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Markalaşmada Reklam ve Tanıtımın Rolü				
	The Role of Advertising and Promotion in Branding				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Promosyon (Tutundurma) Nedir				
	What is promotion				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Stratejileri- Türkiye ve Dünyadan Örnekler				
	Brand Strategies, Examples from Turkey and the World				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Sistemlerini Yönetmek -Türkiye ve Dünyadan Örnekler				
	Brand Managing System of Turkey and the World Examples				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İncelemeler ve Vaka Çalışmaları				
	Reviews and Case Studies				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İncelemeler ve Vaka Çalışmaları				
	Reviews and Case Studies				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçerik 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	10	7.00	70.00
Ev Ödevi / Homework	1	3.00	3.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	10	7.00	70.00
Toplam / Total:	23	19.00	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	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler pazarlama iletişiminin temel kavramlarını tanımlayabilir. / Students who successfully complete this course will be able to define the basic concepts of marketing communication.	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
2.İletişim, Algı, imaj ve ikna edici iletişim konularını bilir ve marka oluşturmada başarıyla kullanır. / Knows communication, perception, image and persuasive communication issues and successfully uses them in brand building.	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3.Marka kimliği oluşturma ve yönetme konusunu kavrar ve bu sektörde başarılı ve yetkin çalışmalar yapar. / Understands the issue of creating and managing brand identity and performs successful and competent work in this sector.	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
4.Marka konusunda dünyada ve Türkiye'deki başarılı ve önemli örnekleri inceleyerek bu alanda teorik bilgi donanımına sahip olur. / She has the theoretical knowledge in this area by examining hardware and important examples of successful brands in the world and in Turkey.	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5

5.Reklamcılıkta marka yönetiminin yerini ve önemini bilir ve kavrar, bu bilgilerin ışığında profesyonel anlamda yaratıcı çalışmaları yetkinlikle yapabilir. / Knows and understands the place and importance of the brand in advertising, and can competently do professional creative work with this knowledge.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	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