

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		
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	-	-
Amacı / Purpose	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 the context of today's marketing world, the creation of a brand, determining brand strategy, and managing it are crucial for establishing a sustainable competitive advantage. These topics will be discussed in the course, accompanied by real brand stories to provide examples and facilitate discussions.
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 the context of today's marketing world, the creation of a brand, determining brand strategy, and managing it are crucial for establishing a sustainable competitive advantage. These topics will be discussed in the course, accompanied by real brand stories to provide examples and facilitate discussions.
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)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Markaların stratejik önemini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme.	Develop the ability to understand and analyze the strategic importance of brands.
2	Marka değerinin ve marka imajının önemini inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanma.	Examine and evaluate the importance of brand value and brand image.
3	Markaların hedef kitleleri üzerindeki etkilerini analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme.	Analyze and explain the impact of brands on their target audiences.
4	Markaların rekabetçi analizini yapma ve marka pozisyonlama stratejilerini değerlendirme yetkinliği geliştirme.	Conduct competitive analysis of brands and evaluate brand positioning strategies.
5	Güncel marka incelemelerini takip etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme.	Develop the ability to follow and interpret current brand analyses.

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) 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 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
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
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.Markaların stratejik önemini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme. / Develop the ability to understand and analyze the strategic importance of brands.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.Marka değerinin ve marka imajının önemini inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanma. / Examine and evaluate the importance of brand value and brand image.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3.Markaların hedef kitleleri üzerindeki etkilerini analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme. / Analyze and explain the impact of brands on their target audiences.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4.Markaların rekabetçi analizini yapma ve marka pozisyonlama stratejilerini değerlendirme yetkinliği geliştirme. / Conduct competitive analysis of brands and evaluate brand positioning strategies.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5.Güncel marka incelemelerini takip etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme. / Develop the ability to follow and interpret current brand analyses.	5	5	5	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