

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Brand Communication / Brand Communication	
Ders Kodu / Course Code	RMI517	
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)	1.00	
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	-	-
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, markaların tutundurma faaliyetlerinin temel ilkelerini ve uygulamalarını anlamaktır. 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.	The objective of this course is to understand the fundamental principles and practices of brand promotion activities. Creating and managing brands, as well as determining brand strategies, are of paramount importance in creating sustainable competitive advantage in today's marketing environment. These topics will be discussed in the course, accompanied by real brand stories, to facilitate discussions and provide practical examples.
İçeriği / Content	Bu ders kapsamında markanın hedef kitle ile iletişimini anlamak açısından reklam, pazarlama halkla ilişkileri, satış tutundurma, kişisel satış, doğrudan pazarlama ve dijital pazarlama kavramları örnekler dahilinde detaylı olarak irdelenecektir.	In this course, the concepts of advertising, marketing public relations, sales promotion, personal selling, direct marketing and digital marketing will be examined in detail in order to understand the communication of the brand with the target audience.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	-	-
Staj Durumu / Internship Status	-	-
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Babür Tosun, N. (2010). İletişim Temelli Marka Yönetimi, Beta Yayınları. Taşkiran, H.B. (2017). Marka İletişimi ve Dijital Stratejiler, Der Yayınları. Tolon, M. ve Zengin, A.Y. (2016). Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi, Detay Yayıncılık.	Babür Tosun, N. (2010). İletişim Temelli Marka Yönetimi, Beta Yayınları. Taşkiran, H.B. (2017). Marka İletişimi ve Dijital Stratejiler, Der Yayınları. Tolon, M. ve Zengin, A.Y. (2016). Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi, Detay Yayıncılık.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka iletişiminin önemini ve bileşenlerini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme.	Develop the ability to understand and analyze the importance and components of brand communication.
2	Marka iletişimi stratejilerini planlama, uygulama ve değerlendirme yetkinliği kazanma.	Plan, implement, and evaluate brand communication strategies.
3	Marka mesajlarının hedef kitleye etkisini analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme.	Analyze and explain the impact of brand messages on the target audience.
4	Marka iletişim kanallarını inceleme ve marka iletişimi stratejilerini değerlendirme yetkinliği geliştirme.	Examine brand communication channels and evaluate brand communication strategies.
5	Güncel marka iletişimi örneklerini takip etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme.	Develop the ability to follow and interpret current examples of brand communication.

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 Communication				
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				
	What is Marketing Communication, its components, and the role of branding 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-Real Life Examples				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Konumlandırma				
	Brand Positioning				

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
	Ara Sınav				
	Midterm Exam				
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				
	Managing Brand Systems - Examples from Turkey and the World				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İncelemeler ve Vaka Çalışmaları				
	Case Studies and Research				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İncelemeler ve Vaka Çalışmaları				
	Case Studies and Research				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Exam				

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	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	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Marka iletişiminin önemini ve bileşenlerini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme. / Develop the ability to understand and analyze the importance and components of brand communication.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.Marka iletişimi stratejilerini planlama, uygulama ve değerlendirme yetkinliği kazanma. / Plan, implement, and evaluate brand communication strategies.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3.Marka mesajlarının hedef kitleye etkisini analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme. / Analyze and explain the impact of brand messages on the target audience.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4.Marka iletişim kanallarını inceleme ve marka iletişimi stratejilerini değerlendirme yetkinliği geliştirme. / Examine brand communication channels and evaluate brand communication strategies.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5.Güncel marka iletişimi örneklerini takip etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme. / Develop the ability to follow and interpret current examples of brand communication.	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