

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.	The aim of this course is to understand the basic principles and practices of brand promotion activities.
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. Taşkıran, 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. Taşkıran, 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)	Doç. Dr. Sevda Deneçli	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka iletişimi ilkelerini açıklayabilecek.	Will be able to explain the principles of brand communication.
2	Tutundurma faaliyetlerinin her birinin marka iletişimi açısından önemini kavrayacak.	Understand the importance of each of the promotion activities in terms of brand communication.
3	İletişim teorilerini gerçek hayattaki kullanımları ile ilişkilendirebilecek.	Will be able to relate communication theories with their use in real life.
4	Markanın iletişim amacına uygun iletişim faaliyeti gerçekleştirebilecek.	Will be able to carry out communication activities suitable for the communication purpose of the brand.
5	Farklı tutundurma faaliyetlerini entegre olarak uygulayabilecek.	Will be able to apply different promotion activities in an integrated way.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Markanın Tanımı ve Marka İletişimi				
	Definition of brand and brand communication				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam				
	Advertising				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama halkla ilişkileri				
	Marketing public relations				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış tutundurma				
	Sales promotion				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kişisel satış				
	Personal selling				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Doğrudan pazarlama				
	Direct marketing				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İnternetin gelişimi ve dijital pazarlama				
	The development of the internet and digital marketing				
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
	Arama motoru pazarlaması, Sosyal medya pazarlaması				
	Search engine marketing, Social media marketing				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	E-posta pazarlaması, Mobil pazarlama				
	E-mail marketing, Mobile marketing				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış ortaklığı pazarlaması, İçerik pazarlaması				
	Affiliate marketing, Content marketing				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Doğal reklam, Yeniden pazarlama				
	Native advertising, Remarketing				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Video reklam, Display reklam				
	Video advertising, Display advertising				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Oyun içi reklamcılık, Programatik reklamcılık				
	In game advertising, Programmatic advertising				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Exam				

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	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 iletişimi ilkelerini açıklayabilecek. / Will be able to explain the principles of brand communication.	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
2.Tutundurma faaliyetlerinin her birinin marka iletişimi açısından önemini kavrayacak. / Understand the importance of each of the promotion activities in terms of brand communication.	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
3.İletişim teorilerini gerçek hayattaki kullanımları ile ilişkilendirebilecek. / Will be able to relate communication theories with their use in real life.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4.Markanın iletişim amacına uygun iletişim faaliyeti gerçekleştirebilecek. / Will be able to carry out communication activities suitable for the communication purpose of the brand.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5.Farklı tutundurma faaliyetlerini entegre olarak uygulayabilecek. / Will be able to apply different promotion activities in an integrated way.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high