

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Strategic Brand Management / Strategic Brand Management	
Ders Kodu / Course Code	UIS507	
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 Laboratuvar 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	YOK	NONE
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilere marka yönetimi alanında temel kavramları, stratejileri ve uygulamaları öğretmek, marka oluşturma ve yönetim becerilerini geliştirmek ve bir markanın rekabet avantajını sürdürülebilir şekilde sağlayabilme yeteneklerini kazandırmaktır. Ders, marka kavramı, marka stratejisi ve planlama, marka iletişimi, marka genişletme, marka krizi yönetimi, marka performansı ölçümü ve uluslararası marka yönetimi gibi konuları kapsayacaktır.	Bu dersin amacı, öğrencilere marka yönetimi alanında temel kavramları, stratejileri ve uygulamaları öğretmek, marka oluşturma ve yönetim becerilerini geliştirmek ve bir markanın rekabet avantajını sürdürülebilir şekilde sağlayabilme yeteneklerini kazandırmaktır. Ders, marka kavramı, marka stratejisi ve planlama, marka iletişimi, marka genişletme, marka krizi yönetimi, marka performansı ölçümü ve uluslararası marka yönetimi gibi konuları kapsayacaktır.
İçeriği / Content	Bu dersin amacı, öğrencilere marka yönetimi alanında temel kavramları, stratejileri ve uygulamaları öğretmek, marka oluşturma ve yönetim becerilerini geliştirmek ve bir markanın rekabet avantajını sürdürülebilir şekilde sağlayabilme yeteneklerini kazandırmaktır. Ders, marka kavramı, marka stratejisi ve planlama, marka iletişimi, marka genişletme, marka krizi yönetimi, marka performansı ölçümü ve uluslararası marka yönetimi gibi konuları kapsayacaktır.	Bu dersin amacı, öğrencilere marka yönetimi alanında temel kavramları, stratejileri ve uygulamaları öğretmek, marka oluşturma ve yönetim becerilerini geliştirmek ve bir markanın rekabet avantajını sürdürülebilir şekilde sağlayabilme yeteneklerini kazandırmaktır. Ders, marka kavramı, marka stratejisi ve planlama, marka iletişimi, marka genişletme, marka krizi yönetimi, marka performansı ölçümü ve uluslararası marka yönetimi gibi konuları kapsayacaktır.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	YOK	NONE
Staj Durumu / Internship Status	-	-
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). Marketing Management. Pearson. Aaker, D. A. (2012). Building Strong Brands. Simon and Schuster. Kapferer, J. N. (2012). The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. Kogan Page.	Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). Marketing Management. Pearson. Aaker, D. A. (2012). Building Strong Brands. Simon and Schuster. Kapferer, J. N. (2012). The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. Kogan Page.

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	-	
--	---	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka yönetimi kavramlarını ve stratejilerini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme.	Develop the ability to understand and analyze the concepts and strategies of brand management.
2	Marka değeri oluşturma, marka pozisyonlama ve marka iletişimi konularında bilgi ve anlayış geliştirme.	Develop knowledge and understanding of creating brand value, brand positioning, and brand communication.
3	Marka yönetimi stratejilerini tasarlama, uygulama ve değerlendirme yetkinliği kazanma.	Gain competence in designing, implementing, and evaluating brand management strategies.
4	Marka genişletme, marka koruma ve marka krizi yönetimi konularında bilgi ve beceri geliştirme.	Develop knowledge and skills in brand extension, brand protection, and brand crisis management.
5	Pazarlama trendlerini takip etme ve marka stratejilerini uluslararası düzeyde uygulama yetkinliği kazanma.	Gain the ability to follow marketing trends and implement brand strategies at the international level.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Kavramı ve Önemi				
	Concept and Importance of Branding				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Stratejisi ve Planlama				
	Brand Strategy and Planning				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Analizi ve Konumlandırma				
	Brand Analysis and Positioning				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Değerinin Yaratılması ve İletişimi				
	Creating and Communicating Brand Value				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka İmajı ve Algısı				
	Brand Image and Perception				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Genişletme ve Uzantıları				
	Brand Extension and Brand Stretching				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Krizi Yönetimi				
	Brand Crisis Management				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Deneyimi ve Sadakati				
	Brand Experience and Loyalty				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka İçin Yeni Ürün Geliştirme				
	New Product Development for Brand				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka İletişiminde Dijital Pazarlama				
	Digital Marketing in Brand Communication				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Performans Ölçümü ve Değerlendirme				
	Brand Performance Measurement and Evaluation				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Gücü ve Rekabet Stratejileri				
	Brand Equity and Competitive Strategies				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Marka Yönetimi				
	International Brand Management				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ders Değerlendirmesi, Final Sınavı				
	Course Evaluation, Final Exam Preparation				
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	1.00	1.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	76.00	76.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	72.00	72.00
Toplam / Total:	4	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.Marka yönetimi kavramlarını ve stratejilerini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme. / Develop the ability to understand and analyze the concepts and strategies of brand management.	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
2.Marka değeri oluşturma, marka pozisyonlama ve marka iletişimi konularında bilgi ve anlayış geliştirme. / Develop knowledge and understanding of creating brand value, brand positioning, and brand communication.	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
3.Marka yönetimi stratejilerini tasarlama, uygulama ve değerlendirme yetkinliği kazanma. / Gain competence in designing, implementing, and evaluating brand management strategies.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4.Marka genişletme, marka koruma ve marka krizi yönetimi konularında bilgi ve beceri geliştirme. / Develop knowledge and skills in brand extension, brand protection, and brand crisis management.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5.Pazarlama trendlerini takip etme ve marka stratejilerini uluslararası düzeyde uygulama yetkinliği kazanma. / Gain the ability to follow marketing trends and implement brand strategies at the international level.	5	4	5	5	5	5	5	4	4	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