

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Global Brand Management / Global Brand Management	
Ders Kodu / Course Code	ESBUE613	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level		
Ders Akts Kredi / ECTS	8.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	1.00	
Haftalık Laboratuvar 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	Yok	None
Amacı / Purpose	"Global Brand Management" dersinin amacı, öğrencilere marka yönetimi alanında uluslararası düzeyde gerekli bilgi ve becerileri sağlamaktır. Bu ders, öğrencilere küresel pazarlarda marka stratejilerini oluşturma, marka değerini artırma ve marka sadakatini geliştirme konularında derinlemesine bilgi ve anlayış kazandırmayı hedefler. Ayrıca, küresel marka yönetimi süreçlerinde karşılaşılan zorlukları analiz etme ve etkili çözümler geliştirme yeteneği üzerine odaklanır. Bu ders aynı zamanda öğrencilere kültürel farklılıkları, pazarlama trendlerini ve teknolojik gelişmeleri göz önünde bulundurarak marka stratejileri oluşturma becerisi kazandırmayı amaçlar.	The aim of the "Global Brand Management" course is to provide students with the necessary knowledge and skills in brand management at an international level. This course aims to provide students with in-depth knowledge and understanding of creating brand strategies, enhancing brand value, and building brand loyalty in global markets. Additionally, it focuses on the ability to analyze challenges encountered in global brand management processes and develop effective solutions. The course also aims to equip students with the ability to create brand strategies by considering cultural differences, marketing trends, and technological advancements.
İçeriği / Content	"Global Brand Management" dersinin amacı, öğrencilere marka yönetimi alanında uluslararası düzeyde gerekli bilgi ve becerileri sağlamaktır. Bu ders, öğrencilere küresel pazarlarda marka stratejilerini oluşturma, marka değerini artırma ve marka sadakatini geliştirme konularında derinlemesine bilgi ve anlayış kazandırmayı hedefler. Ayrıca, küresel marka yönetimi süreçlerinde karşılaşılan zorlukları analiz etme ve etkili çözümler geliştirme yeteneği üzerine odaklanır. Bu ders aynı zamanda öğrencilere kültürel farklılıkları, pazarlama trendlerini ve teknolojik gelişmeleri göz önünde bulundurarak marka stratejileri oluşturma becerisi kazandırmayı amaçlar.	The aim of the "Global Brand Management" course is to provide students with the necessary knowledge and skills in brand management at an international level. This course aims to provide students with in-depth knowledge and understanding of creating brand strategies, enhancing brand value, and building brand loyalty in global markets. Additionally, it focuses on the ability to analyze challenges encountered in global brand management processes and develop effective solutions. The course also aims to equip students with the ability to create brand strategies by considering cultural differences, marketing trends, and technological advancements.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Yok	None
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka yönetimi stratejileri oluşturma yeteneği kazanmak.	Gain the ability to develop brand management strategies.
2	Küresel pazarlarda marka değerini artırma ve marka sadakatini geliştirme becerisi geliştirmek.	Develop the skills to enhance brand value and build brand loyalty in global markets.
3	Kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak marka stratejileri oluşturma yetkinliği kazanmak.	Acquire the competence to create brand strategies considering cultural differences.
4	Rekabet analizi yapabilme ve marka koruma stratejileri geliştirme yetisi edinmek.	Gain the capability to conduct competitive analysis and develop brand protection strategies.
5	Dijital pazarlama ve sosyal medya kullanımıyla küresel marka iletişimi yetkinliği kazanmak.	Develop proficiency in global brand communication through digital marketing and social media usage.

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 Yönetimi ve Stratejileri Temelleri				
	Fundamentals of Brand Management and Strategies				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazar Analizi ve Fırsatlar				
	Global Market Analysis and Opportunities				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kültürel Faktörlerin Marka Yönetimine Etkisi				
	Influence of Cultural Factors on Brand Management				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Marka Kimliği ve Pozisyonlama				
	Global Brand Identity and Positioning				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Değeri ve Marka Sadakati				
	Brand Value and Brand Loyalty				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Rekabet Analizi ve Karşı Stratejiler				
	Competition Analysis and Counter Strategies				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Marka İletişimi ve Pazarlama				
	Global Brand Communication and Marketing				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün Uzantıları ve Marka Genişletme				
	Product Extensions and Brand Extensions				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kriz Yönetimi ve Marka Koruma				
	Crisis Management and Brand Protection				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sürdürülebilirlik ve Etik Marka Yönetimi				
	Sustainability and Ethical Brand Management				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Yönetimi Performansının Ölçümü				
	Measurement of Brand Management Performance				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Trendler ve Gelecek Tahminleri				
	Emerging Trends and Future Predictions				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Grup Projesi: Gerçek Dünya Marka Yönetimi Senaryosu				
	Group Project: Real-World Brand Management Scenario				
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	40	2.00	80.00
Final Sınavı / Final Examination	60	2.00	120.00
Toplam / Total:	100	4.00	200.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 200.00/25.00 = 8.00 ~ 8.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 200.00 / 25.00 = 8.00 ~ 8.00			

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 stratejileri oluşturma yeteneği kazanmak. / Gain the ability to develop brand management strategies.	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
2.Küresel pazarlarda marka değerini artırma ve marka sadakatini geliştirme becerisi geliştirmek. / Develop the skills to enhance brand value and build brand loyalty in global markets.	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5
3.Kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak marka stratejileri oluşturma yetkinliği kazanmak. / Acquire the competence to create brand strategies considering cultural differences.	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4.Rekabet analizi yapabilme ve marka koruma stratejileri geliştirme yetisi edinmek. / Gain the capability to conduct competitive analysis and develop brand protection strategies.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
5.Dijital pazarlama ve sosyal medya kullanımıyla küresel marka iletişimi yetkinliği kazanmak. / Develop proficiency in global brand communication through digital marketing and social media usage.	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4

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