

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Brand Workshop / Brand Workshop	
Ders Kodu / Course Code	PIO537	
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		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	"Marka Atölyesi" dersinin amacı, öğrencilere markaların geliştirilmesi ve yönetilmesinde uygulamalı deneyim sunmaktır. Bu atölye çalışması sayesinde öğrenciler, gerçek dünya marka projeleri üzerinde çalışarak marka prensiplerini ve stratejilerini uygulama fırsatı bulacaklardır.	The aim of the "Brand Workshop" course is to provide students with hands-on experience in developing and managing brands. Through this workshop, students will work on real-world brand projects, allowing them to apply branding principles and strategies in practice.
İçeriği / Content	"Marka Atölyesi" dersinin amacı, öğrencilere markaların geliştirilmesi ve yönetilmesinde uygulamalı deneyim sunmaktır. Bu atölye çalışması sayesinde öğrenciler, gerçek dünya marka projeleri üzerinde çalışarak marka prensiplerini ve stratejilerini uygulama fırsatı bulacaklardır.	The aim of the "Brand Workshop" course is to provide students with hands-on experience in developing and managing brands. Through this workshop, students will work on real-world brand projects, allowing them to apply branding principles and strategies in practice.
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	Öğrenciler, marka kavramlarını anlayacak ve markanın önemini değerlendirebileceklerdir.	Students will understand brand concepts and evaluate the importance of branding.
2	Öğrenciler, marka stratejilerini planlayabilecek ve marka kimliğini oluşturabileceklerdir.	Students will be able to plan brand strategies and create brand identity.
3	Dersi tamamlayan öğrenciler, marka iletişimi ve pazarlama stratejilerini geliştirebileceklerdir.	Students completing the course will be able to develop brand communication and marketing strategies.
4	Öğrenciler, gerçek dünya marka projeleri üzerinde çalışarak marka yönetimi becerilerini uygulamalı olarak geliştirebileceklerdir.	Students will be able to develop their brand management skills through hands-on work on real-world brand projects.

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 Kavramları ve Önemi				
	Brand Concepts and Importance				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Stratejisi ve Planlaması				
	Brand Strategy and Planning				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Kimliği Oluşturma				
	Brand Identity Creation				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Değerlendirme ve Analiz				
	Brand Assessment and Analysis				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Konumlandırma Stratejileri				
	Brand Positioning Strategies				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Deneyimi Tasarımı				
	Brand Experience Design				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka İletişimi ve Pazarlama				
	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
	Marka Sadakati ve Müşteri Bağlılığı				
	Brand Loyalty and Customer Engagement				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Genişletme Stratejileri				
	Brand Extension Strategies				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kriz Yönetimi ve Marka Reputasyonu				
	Crisis Management and Brand Reputation				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Marka Yönetimi				
	Digital Brand Management				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Marka Stratejileri				
	International Brand Strategies				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Performansı Ölçümü ve Değerlendirme				
	Brand Performance Measurement and Evaluation				

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	72.00	72.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	76.00	76.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	1.00	1.00
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.Öğrenciler, marka kavramlarını anlayacak ve markanın önemini değerlendirebileceklerdir. / Students will understand brand concepts and evaluate the importance of branding.	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
2.Öğrenciler, marka stratejilerini planlayabilecek ve marka kimliğini oluşturabileceklerdir. / Students will be able to plan brand strategies and create brand identity.	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
3.Dersi tamamlayan öğrenciler, marka iletişimi ve pazarlama stratejilerini geliştirebileceklerdir. / Students completing the course will be able to develop brand communication and marketing strategies.	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
4.Öğrenciler, gerçek dünya marka projeleri üzerinde çalışarak marka yönetimi becerilerini uygulamalı olarak geliştirebileceklerdir. / Students will be able to develop their brand management skills through hands-on work on real-world brand projects.	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	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