

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Brand Studies / Brand Studies	
Ders Kodu / Course Code	SPM505	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master with Thesis / Master with Thesis	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	0.00	
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		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	yok	none
Amacı / Purpose	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. .	In the context of today's marketing world, the creation of a brand, determining brand strategy, and managing it are crucial for establishing a sustainable competitive advantage. These topics will be discussed in the course, accompanied by real brand stories to provide examples and facilitate discussions
İçeriği / Content	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. .	In the context of today's marketing world, the creation of a brand, determining brand strategy, and managing it are crucial for establishing a sustainable competitive advantage. These topics will be discussed in the course, accompanied by real brand stories to provide examples and facilitate discussions
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	Markaların stratejik önemini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme.	Develop the ability to understand and analyze the strategic importance of brands.
2	Marka değerinin ve marka imajının önemini inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanma.	Examine and evaluate the importance of brand value and brand image.
3	Markaların hedef kitleleri üzerindeki etkilerini analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme.	Analyze and explain the impact of brands on their target audiences.
4	Markaların rekabetçi analizini yapma ve marka pozisyonlama stratejilerini değerlendirme yetkinliği geliştirme.	Conduct competitive analysis of brands and evaluate brand positioning strategies.
5	Güncel marka incelemelerini takip etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme.	Develop the ability to follow and interpret current brand analyses.

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 and 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 Kişiliği-Gerçek Hayattan Örnekler				
	Brand Personality-Real Life Examples				

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				

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.Markaların stratejik önemini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme. / Develop the ability to understand and analyze the strategic importance of brands.	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5
2.Marka değerinin ve marka imajının önemini inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanma. / Examine and evaluate the importance of brand value and brand image.	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4
3.Markaların hedef kitleleri üzerindeki etkilerini analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme. / Analyze and explain the impact of brands on their target audiences.	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4.Markaların rekabetçi analizini yapma ve marka pozisyonlama stratejilerini değerlendirme yetkinliği geliştirme. / Conduct competitive analysis of brands and evaluate brand positioning strategies.	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
5.Güncel marka incelemelerini takip etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme. / Develop the ability to follow and interpret current brand analyses.	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4

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