

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Brand Management and Consumer Behavior / Brand Management and Consumer Behavior	
Ders Kodu / Course Code	SPM506	
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	Bu dersin amacı, öğrencilere marka yönetimi kavramını ve tüketici davranışlarını anlatmak, marka oluşturma ve yönetme süreçlerini açıklamak, pazarlama stratejileri ve tüketici odaklılık konularında bilgi ve becerilerini geliştirmektir.	The aim of this course is to explain the concept of brand management and consumer behavior to students, to explain the processes of brand creation and management, to develop their knowledge and skills in marketing strategies and consumer orientation.
İçeriği / Content	Bu dersin amacı, öğrencilere marka yönetimi kavramını ve tüketici davranışlarını anlatmak, marka oluşturma ve yönetme süreçlerini açıklamak, pazarlama stratejileri ve tüketici odaklılık konularında bilgi ve becerilerini geliştirmektir.	The aim of this course is to explain the concept of brand management and consumer behavior to students, to explain the processes of brand creation and management, to develop their knowledge and skills in marketing strategies and consumer orientation.
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 yönetiminin stratejik önemini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme.	Develop the ability to understand and analyze the strategic importance of brand management.
2	Tüketici davranışlarını ve tüketici karar süreçlerini inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanma.	Study and evaluate consumer behaviors and consumer decision-making processes.
3	Markaların tüketici davranışları üzerindeki etkilerini analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme.	Analyze and explain the impact of brands on consumer behavior.
4	Marka sadakati ve marka deneyimi kavramlarını inceleme ve marka yönetimi stratejilerini değerlendirme yetkinliği geliştirme.	Examine the concepts of brand loyalty and brand experience and evaluate brand management strategies.
5	Güncel marka yönetimi ve tüketici davranışları araştırmalarını takip etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme.	Develop the ability to follow and interpret current research on brand management and consumer behavior.

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: Marka Yönetimi ve Tüketici Davranışları				
	Introduction to Brand Management and Consumer Behavior				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Kavramı ve Marka Değeri				
	Brand Concept and Brand Equity				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Davranışının Temel Kavramları				
	Basic Concepts of Consumer Behavior				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Davranışı Araştırmaları				
	Consumer Behavior Research				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Satın Alma Karar Süreci				
	Consumer Purchase Decision Process				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Farkındalığı ve Algısı				
	Brand Awareness and Perception				
7	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				
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
	Marka İletişimi ve Reklam				
	Brand Communication and Advertising				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Genişletme ve Uzantıları				
	Brand Extension and Brand Extensions				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Krizi ve Kriz Yönetimi				
	Brand Crisis and Crisis Management				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Deneyimi ve Müşteri Sadakati				
	Brand Experience and Customer Loyalty				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Pazarlama ve Markaların İnternet Kullanımı				
	Digital Marketing and Brands' Internet Usage				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Değerinin Ölçümü ve Performans Yönetimi				
	Measurement of Brand Value and Performance Management				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçerik 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.Marka yönetiminin stratejik önemini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme. / Develop the ability to understand and analyze the strategic importance of brand management.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.Tüketici davranışlarını ve tüketici karar süreçlerini inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanma. / Study and evaluate consumer behaviors and consumer decision-making processes.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3.Markaların tüketici davranışları üzerindeki etkilerini analiz etme ve açıklama becerisi geliştirme. / Analyze and explain the impact of brands on consumer behavior.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4.Marka sadakati ve marka deneyimi kavramlarını inceleme ve marka yönetimi stratejilerini değerlendirme yetkinliği geliştirme. / Examine the concepts of brand loyalty and brand experience and evaluate brand management strategies.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5.Güncel marka yönetimi ve tüketici davranışları araştırmalarını takip etme ve yorumlama yetkinliği geliştirme. / Develop the ability to follow and interpret current research on brand management and consumer behavior.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	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