GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Brand Management / Brand Management	
Ders Kodu / Course Code	EBUS423	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
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	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	English / English	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı öğrencilere 7 Adımda Markalaşmanın basamaklarını Türkiye ve Yurt Dışında yaşanmış gerçek örneklerle aktarmaktır. Aynı zamanda bu ders yeni ürün inovasyonu, yeni ve var olan markaların nasıl oluşturulacağı konusunda öğrencilere yeni fikirler vermektir.	To educate the students about Brand Building in 7 steps; with the real world cases/examples from Turkey and International markets. This course is also about product innovation -more specifically how to win in the new, and existing brands.
İçeriği / Content	Marka Yönetimi, Reklam, Ürün Geliştirme, Dağıtım, Fiyatlandırma, Ticaret ve Tüketici Promosyonları, Konumlandırma, Farklılaştırma, Marka Karlılığı, Tüketici Trendleri, Pazarlama Planı, Yaratıcı Strateji Özeti vb kavramlar hakkında öğrencileri eğitmektir.	Aims to educate the students about related concepts to; Brand Management, Advertising, Product Development, Distribution, Pricing, Trade, and Consumer Promotions, Positioning, Differentiation, Brand Profitability, Consumer Trends, Marketing Plan, Creative Strategy Summary, etc.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading		
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Çiçek	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka Oluşturmak (14 hafta)	Brand Building
2	Marka Pazarlama Planı	Brand Marketing Plan
3	Başarılı Markaların Gerçek Yaşam Hikayeleri (Türkiye ve Uluslararası Pazardan Örneklerle)	Real Life Cases about the Successful Brands (Example from Turkey and the International Market)
4	Başarılı Marka Yönetimi için neler yapılmalıdır? En iyi pazarlama ve iletişim planları nasıl geliştirilir? Ürün ve Marka Portföyü nasıl oluşturulur? Marka Yönetim Ekiplerinin hedeflerine ulaşması nasıl sağlanır?	What should be done for successful brand management? How to develop the best marketing and communication plans? How to create a product and brand portfolio? How Brand Management Teams achieve their goals?

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Marka Yönetimine Giriş -Tanımlar				
	Introduction to Brand Management				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
2	7 Adım da Markalaşma; Marka Müdürlerinin Rolü				
	7 Steps to Branding; The Role of Brand Managers				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
3	1.Adım) Konumlandırma & Marka Anatomisi Marka İncelemesi: Marlboro Ödev-1 (Marka Anatomisi)				
	Step 1) Positioning & Brand Anatomy Brand Review: Marlboro Homework-1 (Brand Anatomy)				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
4	1.Adım)Farklılaşma ve Pazar Analizi Örnek vaka(Çamaşır deterjanı) Ödev-2 (Marka Konumlandırma Belgeleri)				
	Step 1) Differentiation and Market Analysis Case study (Laundry detergent) Homework-2 (Brand Positioning Certificates)				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
5	Örnekler: P&G				
	Examples: P&G				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	2. Adım) Ürün Geliştirme & Fiyatlandırma Örnek vaka (Araba ve Otel sektörleri)				
	Step 2) Product Development & Pricing Case study (Car & Hotel sectors)				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	vize sınavı				
	midterm exam				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	3.Adım) Reklam, USP, Reklam Teknikleri Örnek vaka (Zeytin Yağı / Deterjan)				
	Step 3) Advertising, USP, Advertising Techniques Sample case (Olive Oil / Detergent)				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	4.Adım Promosyon teknikleri ve stratejileri Örnek (CP Diş Macunu)				
	Step 4 Promotional techniques and strategies Example (CP Toothpaste)				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	5. Adım) Dağıtım ve Pazarlama Kanalları Örnek (Sigara)				
	Step 5) Example of Distribution and Marketing Channels				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	6.Adım) Tüketici Sadakati ve Trendleri				
	Step 6) Consumer Loyalty and Trends				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	7. Adım) Marka Karlılığı ve Gelecek Planı, Marka Finansal Planları				
	Step 7) Brand Profitability and Future Plan, Brand Financial Plans				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Pazardaki Türk Markaları Örnek				
	Turkish Brands in International Market Example				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final				
	Final				

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 Yükü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Alan Çalışması / Field Work	1	10.00	10.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	10.00	10.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	15.00	15.00
Beyin Fırtınası / Brain Storming	1	10.00	10.00
Bireysel Çalışma / Self Study	5	5.00	25.00
Ev Ödevi / Homework	1	10.00	10.00
Final Sınavı / Final Examination	1	10.00	10.00
Final Sınavı içiin Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	15.00	15.00
Okuma / Reading	5	5.00	25.00
Performans / Performance	1	10.00	10.00
Takım/Grup Çalışması / Team/Group Work	1	10.00	10.00
Toplam / Total:	19	110.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yükü (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	1.1.16	1.1.17
1.Marka Oluşturmak (14 hafta) / Brand Building																	
2.Marka Pazarlama Planı / Brand Marketing Plan																	
3.Başarılı Markaların Gerçek Yaşam Hikayeleri (Türkiye ve Uluslararası Pazardan Örneklerle) / Real Life Cases about the Successful Brands (Example from Turkey and the International Market)																	
4.Başarılı Marka Yönetimi için neler yapılmalıdır? En iyi pazarlama ve iletişim planları nasıl geliştirilir? Ürün ve Marka Portföyü nasıl oluşturulur? Marka Yönetim Ekiplerinin hedeflerine ulaşması nasıl sağlanır? / What should be done for successful brand management? How to develop the best marketing and communication plans? How to create a product and brand portfolio? How Brand Management Teams achieve their goals?																	

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