BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

GÖLPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

(2021 - 2022) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Marka ve Yönetimi	HİT241	3	3 + 0	4,0	Seçmeli

Birim Bölüm	Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Ön Lisans (Sözlü, Tartışmalı, yüz yüze)
Amaç	Bu derste; marka, markalaşma kavramları üzerinde çalışılarak İmajı oluşturan değerler incelenmektedir.
Ders İçeriği	Bu derste; marka, markalaşma kavramları üzerinde çalışılarak İmajı oluşturan değerler incelenmektedir. İmaj ve imaj yaratmanın; reklamcılık ve halkla ilişkilerden kitlesel medya ve 12 popüler kültüre; politikadan moda ve satışa kadar uzanan iletişim alanlarında önemli fonksiyonları olduğu vurgulanır. İmajlar postmodern dünyada tutum, davranış ve değerleri belirleyen faktörler olarak bilgi sahibi olmanın yerini aldığının üzerinde durulur. İmajın tanımı, nasıl anlam yaratabildiği, görsel algılama ve iknanın ilkeleri; ders kapsamında ele alınan konuları kapsar.
Ders Kaynakları	AR, Aybeniz, Akdeniz, Marka ve Marka Stratejileri 2004, Detay yayıncılık, internet ve makaleler

Hafta	Konu
1	Marka kavramı, markalaşmanın tarihsel gelişimi, markanın önemi, sağladığı yararlar, günümüz pazarlamasında marka anlayışı
2	Marka ligleri, marka oluşturma kararı, gerekli önkoşullar, olası marka stratejileri
3	Markalama kuralları: Yayılma, daralma, tanıtım, reklam, kelime ve referans kuralları; Açıklamalar, örnekler
4	Markalama kuralları: Kalite, kategori, isim, genişlemeler, arkadaşlık ve jenerik kuralları; Açıklamalar, örnekler
5	Markalama kuralları: Şirket, alt marka, kardeşler, biçim ve renk kuralları; Açıklamalar, örnekler
6	Markalama kuralları: Sınırlar, istikrar, değişim, ölümlülük ve tekillik kuralları; Açıklamalar, örnekler
7	Marka ismi seçimi, farkındalık yaratma, ,farklılık yaratma teknikleri
8	ara sınav
9	Marka, ambalaj ve grafik tasarım ilişkisi; tasarım, renkler, etiketler
10	Marka-tüketici iletişimi, marka değerliliği, marka bağlılığı, marka bağlılığı oluşum süreçleri, önemi
11	Marka bileşenleri, marka imajı, marka kimliği, marka kişiliği kavramları
12	Bütünleşik pazarlama iletişimi; Marka, reklam, halkla ilişkiler ilişkisi
13	Konumlandırma: Konumlandırma süreci, konumlandırma stratejisinin seçimi, yeniden konumlandırma
14	Marka tescili ve hukuksal koruma

Program Çıktıları	
1	Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahiptir.
2	Etkili iletişim becerileri konusunda edindiği bilgi ve uygulama düzeyi sayesinde iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir.
3	Edindiği disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir.
4	İletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahip olarak üstlendiği iletişim çalışmalarında, hukuki sorumluluk bilinciyle hareket edebilir.
5	Alanıyla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
6	Alanıyla ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açıktır.
7	Girişimcilik ve liderliğin önemini bilir.
8	Bireysel bilgi ve becerileri ile alanıyla ilgili kişi ve kurumlara düşüncelerini yazılı ve sözlü olarak aktarır, onlara çözüm önerisi sunar.
9	Bir yabancı dili alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlar ve kullanır.
10	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır.
11	Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutar ve mesleki, ahlaki ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapar
12	Reklam, grafik tasarımı, pazarlama, protokol ve lobicilik alanlarında yeterli düzeyde bilgi sahibidir
13	Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açılarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir
14	Alanıyla ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir
15	Alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilir, analitik ve stratejik düşünerek bunları uygulamaya geçirebilir.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
Marka kavramını, markalaşmanın geçmişten günümüze geçirdiği evreleri ve günümüzde markalaşmanın anlam ve önemini kavramak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Günümüzde uygulanan markalama stratejilerini ve markalama kurallarını kavramak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka imajı oluşturma, konumlandırma ve bütünleşik pazarlama karmasının marka oluşturmadaki işlevini kavramak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka ismi seçimi, farkındalık yaratma ve marka bağlılığı oluşum şekillerini kavramak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-