



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Marka Yönetimi	İSL472	8	3 + 0	5,0	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - Lisans (Yüz yüze)				
Amaç	Bu ders, pazarlama alanında önemli bir kavram olan markanın ne anlama geldiği ve neden bu kadar önemli olduğunun anlaşılmasını amaçlamaktadır.				
Ders İçeriği	Bu dersin içeriğini, marka kavramı, marka kişiliği ve kimliği, markanın konumlandırılması, markalama süreci, markalama stratejileri, marka denkliği ve marka değeri gibi konular oluşturmaktadır.				
Ders Kaynakları	Aktuğlu, I., (2004), Marka Yönetimi, Güçlü ve Başarılı Markalar için Temel İlkeler, İstanbul: İletişim Yayınları, Reichheld, Fred ve Rob Markey (2013), Tavsiye Edilen Markaların Sırrı, Mediacat, Baş, Mehmet, (2015), Marka Yönetimi, Detay Yayıncılık, İslamoğlu, Ahmet Hamdi ve Duygu Fırat (2016), Stratejik Marka Yönetimi, Beta Yayınları., Tosun, Nurhan Babür (2017), Marka Yönetimi, Beta Yayınları., Clifton, Rita (2014), Markalar ve Markalaşma, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.				

Hafta	Konu
1	Marka Kavramı, Tanımı ve Önemi
2	Markanın Unsurları
3	Marka Kişiliği ve Marka Kimliği
4	Marka Konumlandırma
5	Markalama Süreci
6	Markalama Stratejileri
7	Marka İletişimi
9	Marka Değeri Unsurları-1: Marka Bağımlılığı
10	Marka Değeri Unsurları-2: Marka Farkındalığı
11	Marka Değeri Unsurları-3: Marka Çağrışımları
13	Markalama projeleri sunumları
14	Markalama projeleri sunumları

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	1	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	1	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	2	14
Ara Sınav 1		8	1
Ödev 1		3	1
Final		12	1
Ödev (Sunum)		6	1
Ders İş Yüğü:		254	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		9,96	

Program Çıktıları
1 Alan ile ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olma.
2 Girişimcilik ve liderliğin önemini bilme.
3 Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olma...
4 Alan ile ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olma.
5 Bireysel bilgi ve becerileri ile alanla ilgili kişi ve kurumlara düşünceleri yazılı ve sözlü olarak aktarabilme, onlara çözüm önerisi sunabilme.
6 Alan ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme.
7 Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme.
8 Alan ile ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutabilme ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilme
9 Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verme.
10 İşletmenin iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözeterek şekilde ilişkilerini düzenleyebilme ve yönetebilme.
11 Bir yabancı dili işletmecilik alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilme.
12 Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.

**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
Marka kavramını ve halkla ilişkilerdeki önemini tanımlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Farklı marka türlerini ayırt eder.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka ile kimlik arasındaki ilişkiyi anlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Markanın bileşenlerini ayırt eder.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka kimliğinin nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/301919>