



| Ders Adı             | Kodu  | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S   |
|----------------------|---|---------|----------|------|---------|
| Tasarım Markalaşması | MTS209  | 3       | 3 + 0    | 3,0  | Seçmeli |
| Birim Bölüm          | Moda Tasarımı - Ön Lisans (Yüz yüze, Araştırma inceleme)  |         |          |      |         |
| Amaç                 | Öğrencilere, 20. yüzyılın sonları ve 21. yüzyılın başlarında öne çıkan marka kavramı stratejilerinin ve marka iletişiminin tasarım konusu üzerindeki etkilerini kavrama becerisi kazandırmak.   |         |          |      |         |
| Ders İçeriği         | Marka ve markalaşma kavramları, tarihsel sürecinin analizi, Tüketim kavramının 20. yüzyıldaki konumunu, Kültür ve davranış biçimlerinin tasarım ile ilişkisi, Kurumsal kimlik tasarımının firmalar üzerindeki önemi, Mekânsal tasarım ve kamusal mekan tasarımının örnekler ile incelenmesi, Küreselleşme kavramı çerçevesinde marka ve tasarım konularını kapsamaktadır. |         |          |      |         |
| Ders Kaynakları      | Aaker, D. (1991) Managing Brand Equity, Free Press, New York,<br>3. Borja De Mozota, B. (2003) Design Management, Allworth Press, New York.   |         |          |      |         |

| Hafta | Konu   |
|-------|--|
| 1     | Dersin tanımı, genel içerik ve yürütülmesi üzerine açıklama  |
| 2     | Markanın tanımı, marka ve markalaşmanın tarihi (Dünyada ve Türkiye'de).  |
| 3     | Marka yönetimi süreci; marka imajı, marka ederi, marka sadakati, marka farkındalığı, algılanan kalite, marka çağrışımları, marka ederi |
| 4     | Marka Tasarım Süreci; marka kimliği, kişiliği, marka ismi, sembol, logo, slogan kavramlarının açıklanması.                             |
| 5     | Marka ve Farklılaşma, kurumsal kimlik ve marka kavramı ilişkisi  |
| 6     | Kullanıcı- marka ilişkisinin incelenmesi, markalaşmada duysal faktörlerin etkileri.  |
| 7     | Kültür, Tüketim-Davranış- ve Çevre etkileşiminde kullanıcı profili.  |
| 8     | ARA SINAV  |
| 9     | Marka-İç mekan tasarımı üzerine incelemeler (Dünyadan ve Türkiye'den öncü markalar).   |
| 10    | Mekan tasarımında fiziksel faktörlerin önemi, estetik değerlendirmede temel kavramlar.   |
| 11    | Tasarımın marka ve mekan olarak dönüşümü.  |
| 12    | İletişim tasarımı kavramı, tasarım ve deneyim kavramlarının incelenmesi ve mekansal etkileşimi.  |
| 13    | Kamusal mekan tasarımı, mekan tasarımının kurumsal kimlik olgusuna katkıları.  |
| 14    | Kamusal mekan örneklerinin markalaşma stratejileri açısından incelenmesi.  |

#### Program Çıktıları

|    |   |
|----|---|
| 1  | Tekstil hammadde ve yüzeylerini tanıır.   |
| 2  | Farklı malzemeler ile giysi ve giyim aksesuarı üretimi için gerekli ana ve yardımcı malzemeler ile makineleri tanımlayabilme ve kullanım alanlarını bilme                                 |
| 3  | Temel renk, biçim ve tasarım öğelerini tanıma ve bunları yeni moda trendlerini oluşturabilecek giysi ve aksesuar tasarımında kullanabilme, artistik ve teknik giysi çözümlerini yapabilme |
| 4  | Moda Tasarım alanında giysi tasarım aşamalarını tanımlama ve uygulayabilme becerisi   |
| 5  | Tekstil ve konfeksiyon teknolojisi alanlarında mesleki bilgiye ve terminolojiye sahip olma  |
| 6  | Tekstil konfeksiyon alanında üretim aşamaları ile iş akışını tanımlama, planlama ve uygulayabilme becerisi  |
| 7  | Desen uygular, moda resmi ve illüstrasyonu yapar.   |
| 8  | Tekstilde sanat akımlarını, giysi ve moda tarihini inceler.   |
| 9  | Bilgisayarda giysi ve aksesuar tasarımı yapabilme, bu tasarımların kalıplarını hazırlayabilme ve üretim süreci ile ilgili aşamaları yapabilme   |
| 10 | Olası problemlerin çözülmesi, deneysel olarak gerçekleştirilmesi ve sonuçlarının yorumlanması becerisi  |
| 11 | Bir hazır giyim işletmesinin verimli şekilde çalışabilmesi için gerekli makine, işçi ve çalışma ortamı düzenlemesini yapabilme  |
| 12 | Ürünleri satış yerlerinde ve görsel sunumlarda sergileyebilme becerisi elde etme  |
| 13 | Kalite bilincine sahip olma ve ürün çıktılarında kalite standartlarını oluşturabilme becerisi   |
| 14 | Mesleki bilgiye ulaşma ve araştırma-geliştirme becerisi   |

#### 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 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Marka ve markalaşma kavramlarını tanımlar.  | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     |
| Tüketim kavramının 20. yüzyıldaki konumunu anlatır.   | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     |
| Kurumsal kimlik tasarımının firmalar üzerindeki önemi çözümler.                             | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     |
| Mekânsal tasarımları ve kamusal mekanları marka tasarımı üzerinden eleştirir.               | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     |
| Kullanıcı- marka- tüketim ilişkisi üzerinden kamusal ve iç mekanlar için markalar tasarlar. | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     |
| Ortalama Değer  | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     |