



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Marka Stratejileri	TTP212	4	2 + 0	3,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama - Ön Lisans ()				
Amaç	Uygulamada karşılaşılan marka stratejilerinin kavranması, markalaşma kurallarının öğrenilmesi, marka imajı, konumlandırma kavramlarının öğrenilmesi ve marka tescili ve hukuksal koruma konularında bilgilendirme				
Ders İçeriği	Marka ve markalaşma, marka stratejileri, marka imajı ve konumlandırma, markalama kuralları ve marka ile ilgili hukuksal düzenlemeler konularında gerekli bilgi, örnek ve uygulamalar.				
Ders Veren	Öğr. Gör. İsmail FUNDA				
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

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	1	14
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	2	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, Bilişim becerileri	Benzetim	1	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	1	14
Ara Sınav 1		5	1
Final		5	1
Ders İş Yükü:		80	
AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):		3,14	

Program Çıktıları	
1	Pazarlama, tıbbi terimler ve ilaç içerikleri ile ilgili konularında yeterli altyapıya sahip olma; bu alanlardaki kuramsal ve uygulamalı bilgileri alanında beraber kullanabilme becerisi,
2	Alanla ilgili problemleri saptama, tanımlama, formüle etme ve çözme becerisi; bu amaçla uygun güncel yöntemleri ve modelleri seçme ve uygulama becerisi,
3	Bir sistemi, sistem bileşenini ya da süreci analiz etme ve istenen gereksinimleri karşılamak üzere gerçekçi kısıtlar altında anlama becerisi; bu doğrultuda modern satış yöntemlerini uygulama becerisi,
4	Satış Yöntemleri için gerekli olan modern teknik ve araçları seçme ve kullanma becerisi; bilişim teknolojilerini etkin kullanma becerisi,
5	Bireysel olarak ve çok disiplinli akımlarda etkin çalışabilme becerisi, sorumluluk alma özgüveni,
6	Bilgiye erişebilme ve bu amaçla kaynak araştırması yapabilme, veri tabanları ve diğer bilgi kaynaklarını kullanabilme becerisi,
7	Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği bilinci; bilim ve teknolojiye gelişmeleri izleme ve kendini sürekli yenileme becerisi,
8	Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisi; en az bir yabancı dil bilgisi
9	Proje yönetimi, işyeri uygulamaları, çalışanların sağlığı, çevre ve iş güvenliği konularında bilinç; uygulamalarının hukuksal sonuçları hakkında farkındalık,
10	Program alanında gerçekleşen uygulamaların evrensel ve toplumsal boyutlardaki etkilerinin bilincinde olmak; girişimcilik ve yenilikçilik konularının farkında olmak ve çağın sağlık sorunları hakkında bilgi sahibi olmak,
11	Analitik düşünce ile modern satış yöntemlerini uygular, satış yöntemleri için gerekli olan modern teknik ve araçları seçer ve kullanır, bilişim teknolojilerini etkin kullanma becerisini sergiler.
12	Tıbbi tanıtım ve pazarlama alanında kaliteli hizmet için kayıt tutar ve rapor hazırlar; araştırma ve proje uygulamalarının tüm aşamalarına katılır.
13	İlaç ve tıbbi cihaz sektörüne yönelik temel tıbbi kavramları anlar, anlatır ve kullanır.
14	Vücudun normal işleyişi ve hastalık oluşum mekanizmaları ile tedavide hedeflenmesi gereken amaçlar arasında ilişki kurar.

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 kavramını, markalaşmanın geçmişten günümüze geçirdiği evreleri ve günümüzde markalaşmanın anlam ve önemini kavramak	-	-	-	4	-	-	-	-	4	4	-	4	-	-
Günümüzde uygulanan markalama stratejilerini ve markalama kurallarını kavramak	-	-	-	4	-	-	-	-	5	4	-	5	-	-
Marka imajı oluşturma, konumlandırma ve bütünlük pazarlama karmasının marka oluşturmadaki işlevini kavramak	-	-	-	4	-	-	-	-	5	5	-	4	-	-
Marka ismi seçimi, farkındalık yaratma ve marka bağlılığı oluşum şekillerini kavramak	-	-	-	4	-	-	-	-	4	5	-	4	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	4	-	-	-	-	4,5	4,5	-	4,25	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgiyetir/381856>