



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Stratejik Marka Yönetimi	OPS215	3	2 + 0	2,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Optisyenlik - Ön Lisans (Yüz yüze)				
Amaç	Dersin amacı, meslekte ürüne anlam ve değer kazandıran marka kavramı ve marka ile ilişkili kavramların açıklanması, markaların nasıl yönetildiği, yönetim sürecinde markanın nasıl korunması gerektiği konuların öğrencilere aktarılmasıdır.				
Ders İçeriği	Dersin içeriği, markanın tanımı, isim seçimi, marka süreci, marka konumlandırması, marka imajı, marka bilinirliği, marka sadakati, marka değeri ve ölçümü, marka stratejilerinin uygulanmasıdır.				
Ders Kaynakları	Sorumlu ders elemanı ders sunuları, ders kitapları, yayınlar				

Hafta	Konu
1	Marka ve pazarlamanın tanımı, fonksiyonları
2	Markanın önemi ve marka ile ilgili kavramlar
3	Marka yönetim süreci
4	Marka denkliği
5	Marka kişiliği
6	Marka yaratma stratejileri
7	Marka konumlandırma
8	Ara Sınav Marka iletişimi
9	Marka Yayma ve Genişletme
10	Global marka
11	Marka Denkliği Ölçümü
12	Elektronik Marka Yönetimi
13	Marka Koruması ve Tescili
14	Markanın Tarihsel Gelişimi

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	14	2
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	14	2
Ara Sınav 1		1	1
Final		1	1
Ders İş Yüğü:		58	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		2,27	

Program Çıktıları	
1	1. Alanındaki uygulama araç-gereçleri ve diğer kaynaklarla desteklenen temel düzeydeki kuramsal ve uygulamalı bilgilere sahiptir. Aynı zamanda sahip olduğu temel bilgi birikimini kullanarak verilen bir görevi bağımsız olarak yürütür.
2	2. Alanındaki temel bilimsel bilgiye ulaşma, değerlendirme ve uygulayabilme bilgisine sahiptir. Aynı zamanda alanıyla ilgili temel mesleki yasal mevzuatı anlayabilir.
3	3. Alanı ile ilgili temel bilgisayar programlarını ve ilgili teknolojileri kullanır.
4	4. Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisi; mesleği ile ilgili gelişimleri takip edebilecek düzeyde yabancı dil bilgisine sahiptir.
5	5. Öğrenme gereksinimlerini belirleyebilme ve öğrenmesini yönlendirir.
6	6. Alanı ile ilgili bilgi, beceri ve yetkinlikleri yaşam boyu öğrenme bilinciyle güncelleyip kendini kişisel ve mesleki olarak geliştirebilme.
7	7. Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere uygun olarak katkıda bulunur.
8	8. Bilim ve teknolojideki gelişmeleri izleme ve kendini sürekli yenileme becerisi
9	9. Alanla ilgili problemleri saptama, tanımlama, formüle etme ve çözme becerisi; bu amaçla uygun güncel yöntemleri ve modelleri seçme ve uygulama becerisi
10	10. Birey ve halk sağlığı ve iş güvenliği konularının bilincinde olabilmek
11	11. Alanıyla ilgili toplumun ve dünyanın gündemindeki olaylara duyarlı olup gelişmeleri izleyebilme
12	12. Kalite yönetimine uygun davranıp süreçlere katılabilme
13	13. Temel düzeyde kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanabilme
14	14. Dış görünüm, kişisel bakım, tavır, tutum ve davranışları ile topluma örnek olabilmek
15	15. Alanı ile ilgili konularda sahip olduğu temel bilgi ve becerileri kullanarak ilgili kişi ve kurumları bilgilendirir; düşüncelerini ve sorunlara ilişkin çözüm önerilerini yazılı ve sözlü olarak aktarır.

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 tanımlar ve önemini kavrar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka değerini kavrar ve ölçümü ile ilgili bilgi sahibi olur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İşletmelerin yaptığı marka stratejileri, konumlandırmaları hakkında bilgi sahibi olur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka sadakati ,marka yönetim süreci, marka bilinirliği hakkında bilgi sahibi olur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgiyetir/385645>