



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Marka Yönetimi	İŞL5019		3 + 0	7,5	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - YL - Lisansüstü ()				
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 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. İşletmenin ilişkili olduğu fonksiyonlarını açıklayabilme ve çalışacakları alanda uygulayabilme becerisine sahip olma.
2. Sosyal bilimlerde bilimsel araştırma yaparak bilgiye ulaşabilme, bilgiyi değerlendirme, yorumlama ve uygulama becerisine sahip olma.
3. İşletmecilik alanı ile ilgili fikir ve önerilerini bilimsel ortamlarda yazılı ve sözlü olarak aktarabilme.
4. Alanın gerektirdiği araştırmaları yaparken hangi yöntemlerin izleneceği bilgisine sahip olma.
5. İşletme alanıyla ilgili kuramsal bilgileri analiz edip, uygulamalardan elde ettiği sonuçları yorumlayabilme.
6. İşletme yönetimi alanıyla ilgili çalışmalarını sözlü veya yazılı olarak topluluk önünde sunabilme.
7. Gelişim ve değişim sürecine açık olma.
8. Çalışılan veya çalışılacak örgütün/kurumun çeşitli iç ve dış çevre unsurlarıyla olan ilişkilerini analiz edebilme.
9. Alanla ilgili konularda bireysel veya grup halinde özgün çalışmalar ortaya koyabilme.
10. Alanda edinilen uzmanlık düzeyindeki bilgiyi eleştirel bir yaklaşımla değerlendirerek, yaşam boyu öğrenme ve sorgulama.
11. Dil becerilerine sahip olmak
12. Liderlik becerilerine sahip olmak

#### 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, 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 kavramının marka oluşturmadaki işlevini kavramak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka ismi seçimi, farkındalık yaratma ve marka bağlılığı oluşum şekillerini kavramak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-