**Ankara Üniversitesi  
Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı**

**Açık Ders Malzemeleri**

Ders izlence Formu

|  |  |
| --- | --- |
| Dersin Kodu ve İsmi | **HİL334 Marka Yönetimi** |
| Dersin Sorumlusu | Prof. Dr. Nuran Yıldız |
| Dersin Düzeyi | Lisans |
| Dersin Kredisi | 2 |
| Dersin Türü | Seçmeli |
| Dersin İçeriği | Ders marka, marka türleri, markalaşma adımları, marka sadakati kavramları üzerinde durarak, bu kavramların halkla ilişkilerle ilişkisini kurmaktadır. |
| Dersin Amacı | Halkla ilişkiler ve pazarlama alanında önemli bir kavram olan “marka”nın ne anlama geldiği ve neden günümüzde bu kadar önemli olduğunun anlaşılmasını amaçlamaktadır. Aynı zamanda öğrencilerin markanın bileşenlerini bilmeleri ve bu doğrultuda bir markanın nasıl yönetildiğini anlamaları ve yorumlayabilmeleri amaçlanmaktadır. |
| Dersin Süresi | 2 saat |
| Eğitim Dili | Türkçe |
| Ön Koşul | Yok |
| Önerilen Kaynaklar | Aaker, D., (2010), Güçlü Markalar Yaratmak, İstanbul: Mediacat.  Aktuğlu, I., (2004), Marka Yönetimi, Güçlü ve Başarılı Markalar için Temel İlkeler, İstanbul: İletişim Yayınları  Beckwith, H., (2012), Görünmeyeni Satmak, İstanbul: Optimist Yayınları  Chernatony, L, Francesca, R., (1998), “Defining a Brand: Beyond The Literature with Experts Interpretations”, Journal of Marketing Management, 14, 417-443.  Gürbilek, N., (2011), Vitrinde Yaşamak, İstanbul: Metis Yayınları. |
| Dersin Kredisi (AKTS) | 3 |
| Laboratuvar |  |
| Diğer-1 |  |