|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **DERS BİLGİLENDİRME FORMU**  *COURSE INFORMATION FORM* |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN KODU VE ADI** | ***COURSE CODE AND TITLE*** |
| HİL334- Marka Yönetimi | HİL 334- Brand Management |
| **DERSİN TÜRÜ (ZORUNLU/SEÇMELİ)** | ***TYPE (COMPULSORY/ELECTIVE)*** |
| Seçmeli | Elective |
| **DERSİN YILI VE DÖNEMİ** | ***YEAR AND SEMESTER*** |
| 2020 Bahar Dönemi | 2020 Spring Semester |
| **DERSİN ÖĞRETİM ELEMANI** | ***INSTRUCTOR*** |
| Prof. Dr. Nuran Yıldız | Prof. Dr. Nuran Yıldız |
| **DERSİN İÇERİĞİ** | ***COURSE CONTENT*** |
| 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. | The aim of the course is to understand the meaning of “brand” which is an important concept in the public relations and marketing field. It is also aimed that the students know the components of the brand and understand and interpret how a brand is managed. |
| **ÖNERİLEN VEYA ZORUNLU KAYNAKLAR VE DİĞER ÖĞRENİM KAYNAKLARI/ARAÇLARI** | ***RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES TOOLS*** |
| 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. | 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. |
| **DERSİN PLANLANMIŞ İŞLENİŞ ŞEKLİ** | ***PLANNED LEARNING ACTIVITIES AND INSTRUCTION METHODS*** |
| 1.Hafta: Giriş  2.Hafta: Marka ve Markalaşma  3.Hafta: Meta ve Marka Farkı  4.Hafta: Marka Avantajları ve Marka Döngüsü  5.Hafta: Markalaşma Süreci  6.Hafta: Markalaşma Süreci  7.Hafta: Ara Sınav  8.Hafta: Marka Türleri  9.Hafta: Marka Kişiliği  10.Hafta: Marka İmajı ve Marka Ligleri  11.Hafta: Kişi ve Marka  12.Hafta: Markalaşma Adımları  13.Hafta: Marka Sadakati  14.Hafta: Genel Değerlendirme ve Sunumlar | 1.Week: Introduction  2. Week: Brand and Branding  3.Week: The Difference Between Meta and Brand  4.Week: Advantages of Brand and Brand Cycle  5.Week: Branding Process  6.Week: Branding Process  7.Week: Mid-term  8.Week: Brand Types  9. Week: Brand Personality  10.Week: Brand Image and Brand Leagues  11.Week: Individual and Brand  12.Week: The Steps of Branding  13.Week: Brands in Sports, Terror and Magazine  14.Week: Evaluation and Presentations |
| **DERS KAZANIMLARI** | ***COURSE LEARNING OUTCOMES*** |
| 1) Marka kavramını ve halkla ilişkilerdeki önemini tanımlar.  2) Marka ile kimlik arasındaki ilişkiyi anlar.  3) Markanın bileşenlerini ayırt eder.  4) Farklı marka türlerini ayırt eder.  5) Marka kimliğinin nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar. | 1) Defines the concept of brand and ıts impotance in the public relations.  2) Understand the relationship between identity and brand.  3) Distinguish the components of the brand.  4) Distinguish different types of brands.  5) Understands how to create a brand identity and positioning |
| **VİZE DEĞERLENDİRME YÖNTEM VE ÖLÇÜTLERİ** | ***ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA FOR MIDTERM*** |
| Vize, sınav ve derse katılım notlarının toplamından oluşmaktadır. (Vize sınavı: %80, derse katılım: %20) | Exam (80%) and Participation (20%) |
| **FİNAL DEĞERLENDİRME YÖNTEM VE ÖLÇÜTLERİ** | ***ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA FOR FINAL*** |
| Final sınavı (%70), Sunum (%30) | Final exam (70%), Presentation (30%) |
| **DERSİN DİLİ** | ***LANGUAGE OF INSTRUCTION*** |
| Türkçe | Turkish |