



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Tarımsal Ürünlerde Markalaşma							
Ders Kodu		TE435		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	103 (Saat)	Teori	2	Uygulama	2	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu dersin amacı öğrencilerin marka kavramı ve markayı oluşturan bileşenleri tanımasını, marka oluşturmada kullanılan stratejiler ile marka ve kurum imajı arasındaki ilişkiyi kavramasını, marka yaratmada iletişimsel ve pazarlama teknikleri, marka olma ve marka oluşturma pazarlamada ve pazarlama iletişimidaki avantajları, global markalar, imaj-marka arasındaki ilişkiler, imaj yaratımında teknikler gibi konuların marka yönetim sürecinde nasıl işlediğini kavramasını sağlamaktır.							
Özet İçeriği		Marka kavramı ve marka kavramının gelişimi gelişimi. Marka yönetim sürecinin tanıtılması Marka yönetiminin tarihsel sürecinin incelenmesi Çağdaş pazarlama teknikleri ve marka yönetimi ilişkisinin incelenmesi Marka iletişim planlarını yapılandırma Marka etkinliğinin değerlendirilmes							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Örnek Olay, Proje Tabanlı Öğrenme, Bireysel Çalışma, Problem Çözme							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ders Koşulları

AKTS Kredi Koşulu	144
-------------------	-----

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Aktuğlu, Işıl, Güçlü Ve Başarılı Markalar İçin Marka Yönetimi, İletişim Yayınları, İstanbul, 2004.
---	--

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Ders hakkında bilgi ve ders planının açıklanması.
2	Teorik	Marka kavramı ve marka yapısı
3	Teorik	Marka ile ilgili kavramlar
4	Teorik	Marka yönetimi ve önemi
5	Teorik	Marka yönetimi süreci
6	Teorik	Marka stratejilerinin belirlenmesi 1
7	Teorik	Marka iletişimi 1
8	Ara Sınav (Vize)	arasınav
9	Teorik	Marka konumlandırma
10	Teorik	Marka Değeri ve marka değerini belirleme
11	Uygulama	Proje sunum
12	Uygulama	Proje sunum
13	Uygulama	proje sunum
14	Uygulama	Dersin Genel Değerlendirmesi
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem sonu Finali

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	1,5	2	49
Uygulamalı Ders	14	1	2	42
Ara Sınav	1	5	1	6



Dönem Sonu Sınavı	1	5	1	6
Toplam İş Yüğü (Saat)				103
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Marka kavramını anlayabilme ve marka bileşenlerini tanıyabilme
2	Marka stratejilerini ve bunların özelliklerini kavrayabilme
3	Marka yönetimi ve pazarlama iletişimi karması elemanları ile arasındaki ilişkiyi kurabilme
4	Marka yönetim sürecine yönelik bir planı tasarlayabilme
5	Örnek olaylardan marka tasarımı ve yönetimini kavrayabilme

Program Çıktıları (Tarım Ekonomisi Programı)

1	Fen ve sosyal bilimler alanında edinilen temel bilgileri tarım bilimleri problemlerine uygulayabilme.
2	Ziraat mühendisliği ile ilgili temel mesleki bilgileri edinme; bitkisel ve hayvansal üretim süreçlerinde üretim planlaması, pazarlama, tüketici tercihlerinin analizi gibi olguları güncel bilgi ve teknolojilerden yararlanarak analiz etme becerisi.
3	Tarım bilimleri ile ekonomi biliminin temel prensiplerini birlikte kullanarak, tarımın ekonomik sorunlarını kavrayabilme ve çözebilme becerisi.
4	Tarım ekonomisi alanında veri toplama, analiz etme, yorumlama sürecinde, analitik ve bütünsel bir bakış açısına sahip olmak ve stratejik düşünmeyi prensip haline getirmek.
5	Tarımda ve tarımsal sanayide kullanılan üretim faktörlerini verimlilik, çevre, gıda güvenliği, güvencesi ve sürdürülebilirlik ilişkisi çerçevesinde analiz etme ve sonuçlarını uygulamaya aktarma becerisi; sürdürülebilirlik ilişkisi çerçevesinde analiz etme ve sonuçlarını uygulamaya aktarma becerisi.
6	Ekonomik ve politik gelişmelerin Türk tarım sektörü üzerine yapabileceği etkileri tahmin etme, ulusal ve uluslararası tarımsal piyasaları izleyebilme, anlayabilme ve bunları yorumlama becerisi.
7	Tarım ekonomisi alanındaki ilişkilerin ve aktörlerin; yerel, ulusal ve küresel düzeylerde tanımlanması ve tarım politikalarına yol gösterebilecek bilimsel araştırma becerisine ulaşılması için yeterli kuramsal ve pratik bilgi birikimine sahip olmak.
8	Kırsal kalkınmaya yönelik üretici ve kurum bazında paydaşlarla işbirliği, örgütlenme, iletişim, pazarlama, eğitim, proje hazırlama ve uygulama becerisi.
9	Konusu ile ilgili alanda bağımsız çalışabilme, karar verebilme ve mesleki-etik değerler bilinciyle fikirlerini sözlü ve yazılı ifade etme becerisi.
10	Yaratıcı, yenilikçi ve analitik düşünme, yaşam boyu öğrenmenin gerekliliğini kavrama, konusu ile ilgili iletişim ağlarının içinde yer alma ve sosyal yönlerden gelişme becerisi.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ4	3	3	3	3	3
PÇ5	3	3	3	3	3
PÇ7	3	3	3	3	3
PÇ9	3	3	3	3	5
PÇ10	3	3	3	3	5

