



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Marka Yönetimi							
Ders Kodu		HIT117		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	75 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Markaya ilişkin temel kavramları ve marka yönetimi ve yapılandırma modellerini tanıtmak, markaya yönelik iletişim stratejisi geliştirmeye yönelik bilgileri geliştirmek.							
Özet İçeriğı		Markaya ilişkin temel kavramları ve marka yönetimi ve yapılandırma modellerini tanıtmak, markaya yönelik iletişim stratejisi geliştirmeye yönelik bilgileri geliştirmek.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	1. Marka Yönetimi, Işıl Karpat Aktuğlu
---	--

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Değişen Rekabet ve Ürünleri Farklılaştırıcı Değer Olarak Marka
2	Teorik	Markaya İlişkin Temel Kavramlar; Çağrışımlar, Farkındalık, İmaj, Kişilik
3	Teorik	Markaya İlişkin Temel Kavramlar; Çağrışımlar, Farkındalık, İmaj, Kişilik
4	Teorik	Marka Yönetimi ve Yapılandırma
5	Teorik	Marka Kimliği Planlama Modelleri
6	Teorik	Marka Kimliği Planlama Modelleri
7	Teorik	Markaya Yönelik İletişim Stratejileri
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Marka Konumlandırma ve Marka Konumlandırmayı Etkileyen Etkenler
10	Teorik	Günümüz Tüketici Özellikleri ve Marka
11	Teorik	Marka Yönetimi ve Bütünleşik İletişim
12	Teorik	Marka Yönetimi ve Bütünleşik İletişim
13	Teorik	Kurumsal İletişim ve Marka Yönetimi
14	Teorik	Marka Yönetiminde Yönetmel Sorunlar
15	Teorik	Türkiye'de Marka Yönetimi
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	2	1	42
Ara Sınav	1	14	1	15
Dönem Sonu Sınavı	1	17	1	18
Toplam İş Yüğü (Saat)				75
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				3

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Değişen rekabet ve Pazar ortamında markanın ve markalaşmanın kazandığı öneme dikkat çekmek
2	Çağdaş pazarlama yönelimleri paralelinde marka yönetimi olgusunun uygulamaya dökülmesi



3	Markaya ilişkin temel kavramlar konusunda bireyleri yetkin kılmak
4	Marka yönetimi sürecini anlama
5	Marka stratejilerini bilme

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı)

1	Genel olarak İletişim, özel olarak Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına ilişkin formasyona sahip olup, alanın tarihsel gelişim ve değişim süreçlerini öğrenerek kuramsal ve uygulamalı yetkinlik gösterebilme.
2	İletişimin disiplinler arası zenginliğine dayanarak ilgili alanlara ilişkin genel ve güncel sorunları tespit etmek ve çözüm için yöntem belirleyebilme.
3	Disiplinler arası bilgi birikimini İletişim ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına taşıyabilme ve bu çerçevede sorunları alanda çözümleyebilme.
4	Alanıyla ilgili etik ve hukuk kurallarını bilme, özümseme ve uygulayabilme.
5	Alanda geçerli bir yabancı dili kullanarak alan bilgisini derinleştirme ve gerekli diğer uluslar arası paydaşlarla iletişim kurabilme.
6	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.
7	Bir örgütsel yapı için Halkla İlişkiler, reklâm ve pazarlama programı kampanyaları ve süreçlerine hâkim olabilir ve hazırlayabilirler.
8	Araştırma yöntemlerine hâkim olarak iletişim alanında haber, reklâm, vb. metinleri çözümleyebilirler ve yaratıcı ve eleştirel metinler üretebilirler.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	2	2	3	2	2
PÇ2	2	2	3	2	2
PÇ3	3	2	2	3	2
PÇ4	1	2	2	2	2
PÇ5	1	1	3	1	1
PÇ6	1	1	3	3	2
PÇ7	3	3	4	4	3
PÇ8	3	3	2	3	3

