



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Marka Yönetimi ve Reklam							
Ders Kodu		İYP216		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	70 (Saat)	Teori	2	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Marka ve reklamcılıkla ilgili temel kavramlar, uygulama biçimleri ve pazarlama faaliyetleri içindeki yeri ve önemi hakkında bilgi vermek.							
Özet İçeriğı		Marka ve reklamcılıkla ilgili temel kavramlar, marka, reklam medya ortamları, marka, reklam kampanyası hazırlama ve uygulama, reklam ölçümlleme yöntemleri.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Örnek Olay, 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	Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar. Füsun Kocabaş, Müge Elden, İletişim Yayınları, 2006.
2	Nurhan Babür Tosun, "Marka Yönetimi", Beta yayınevi

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Giriş, tanım olarak reklam
2	Teorik	Reklamın fonksiyonları
3	Teorik	Reklam ortamları
4	Teorik	Reklam kampanyası
5	Teorik	Reklam kampanyası, analizi, amaçları
6	Teorik	Reklam kampanya stratejileri, kampanya bütçesi
7	Teorik	Reklam kampanyasındaki yaratıcı çalışmalar ve öğeleri (mesaj, başlık, slogan, metin)
8	Ara Sınav (Vize)	Ara sınav
9	Teorik	Marka ve Reklam ve yaratıcılık
10	Teorik	Basılı reklam araçları, reklam metni
11	Teorik	Basılı reklam araçları, reklam metni
12	Teorik	Yayın yapan reklam araçları
13	Teorik	Reklam etkinliğinin ölçülmesi
14	Teorik	Marka ve Reklamla ilgili kurum ve kuruluşlar
15	Teorik	Genel değerlendirme

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	0	2	28
Dönem Ödevi	1	10	0	10
Ara Sınav	1	15	1	16
Dönem Sonu Sınavı	1	15	1	16
Toplam İş Yüğü (Saat)				70
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				3

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Marka ve Reklamın tanımlanması ve içinde bulundurması gereken temel unsurları bilir
2	Markayı bütünsel pazarlama iletişimi bağlamında kavrar



3	Marka ve Reklam uygulama esasları ve reklam ortamları öğrenmek
4	Marka iletişiminin nasıl işlediğini bilir, tüketici davranışı, ikna ve benzeri alanlarla ilişkilendirir
5	Marka yönetim sürecini bilir
6	Marka yönetiminde araştırma ve ölçümlemenin nasıl olduğunu kavrar
7	Dünyada Türkiye’de reklamcılığın gelişimi, dün, bugün ve yarını kavrar

Program Çıktıları (İşletme Yönetimi Programı)

1	İş ve yönetim kademelerinde sorumluluk almak.
2	İşletme yönetimi ile ilgili temel bilgi ve yetenekleri kavrar.
3	Alanı ile ilgili yazışmaları yapmak için bilgisayar bilişim teknolojilerini kullanır.
4	Ticarete kullanılan belgeleri tanır.
5	İşletme yönetimi fonksiyonlarını açıklar ve sorumluluk alır.
6	İşletmelerin değişen çalışma şartlarına ve takım çalışmasına uyum sağlama becerisini kazanır.
7	Makro ve mikro boyutta ekonomi bilgisine sahip olur.
8	İş yaşamında ve iş ilişkilerinde meslek etiğine ve sosyal sorumluluk anlayışına sahip olduğunu gösterir.
9	İşletme içinde doğabilecek durum ve olaylara dair sorunları algılama ve sorunlara yaratıcı çözümler geliştirme yeteneğini kazanır.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5	ÖÇ6	ÖÇ7
PÇ1	2	2	2	2	2	2	2
PÇ2	2	2	2	2	2	2	2
PÇ3	2	2	2	2	2	2	2
PÇ4	2	2	2	2	2	2	2
PÇ5	2	2	2	2	2	2	2
PÇ6	2	2	2	2	2	2	2
PÇ7	2	2	2	2	2	2	2
PÇ8	2	2	2	2	2	2	2
PÇ9	2	2	2	2	2	2	2

