AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Marka Yönetimi								
Ders Kodu	PRL204		Ders Düzeyi	Önlisans					
AKTS Kredi	2	İş Yükü	48 *(Saat)*	Teori	2	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	İşletme amaç ve stratejilerine göre, markanın tanınması ve duyurulmasını sağlamak.								
Özet İçeriği	Marka konumlandırma ile satış strateji ve uygulamalarını uyumlaştırabilmek.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir)								
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	Duygu Fırat,Ahmet Hamdi İslamoğlu,Stratejik Marka Yönetimi,Beta Basım Yayım,2011,İstanbul

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Pazarlama yönetimi içinde marka stratejilerinin yeri ve önemi.
2	Teorik	Marka kavramı ve uygulamalarında tarihsel geçmiş.
3	Teorik	Marka tanımları; Türk Markalar Kanununa göre marka, marka türleri.
4	Teorik	Tüketiciler açısından marka anlamları, marka değeri kavramı
5	Teorik	Tüketici temelli marka değerini oluşturan varlıklar.
6	Teorik	Marka sadakati, marka farkındalığı, algılanan kalite.
7	Teorik	Marka çağrışımları, temel marka kararları.
8	Teorik	Marka stratejileri: çok marka kullanım kararı, marka yayım kararı.
9	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav (Vize)
10	Teorik	Markanın yeniden konumlandırılması kararı.
11	Teorik	Ürün ve marka özellikleri.
12	Teorik	Tüketici marka algılamasında fiyat ve kalite değerlemesi.
13	Teorik	Genel Değerlendirme
14	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı (Final)

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	15	0,5	2	37,5
Ara Sınav	1	5	0,5	5,5
Dönem Sonu Sınavı	1	5	0,5	5,5
			Toplam İş Yükü (Saat)	48
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	2
**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*				

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	Bütünleşik pazarlama iletişimi ile marka iletişimi ilişkisini kurabilme.
2	Marka imajını güçlendirme yöntemlerini sıralayabilme.
3	Markanın tanınma ve duyurulma yöntemlerini uygulayabilme.
4	Küresel iş dünyasının marka yönetimi üzerindeki etkilerini açıklayabilme
5	Marka değerini ölçebilme

Program Çıktıları *(Kooperatifçilik Programı)*	
1	Kooperatifçilik alanında mikro ve makro düzeyde karşılaşılan problemleri tanıma ve çözüm üretebilme becerisi kazanacaklardır
2	Muhasebe işlemlerini kooperatiflerde uygulama becerisi ve kooperatifçilik alanında verileri toplama ve yorumlama becerisi kazanacaklardır
3	Kooperatif ve üst örgütlerinin kuruluş ve işleyişleri ile ilgili temel görevleri bağımsız olarak yürütebilme becerisi kazanacaklardır
4	Dayanışma kültürü oluşturma ve iletişim kurma becerisini kazanarak verilen görevleri ve sorumlulukları yerine getirebileceklerdir.
5	İktisat, işletme, hukuk ve iletişim alanlarındaki bilgileri kooperatifçilik alanına uygulayabilme becerisi kazanacaklardır
6	Küresel, ulusal ve yerel kooperatifçilik hareketlerini ve gelişmeleri izleme alışkanlığı ve becerisi kazanacaklardır

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	3	2	3	3	3
PÇ2	3	3	2	3	3
PÇ3	3	3	3	3	2
PÇ4	2	3	3	3	3
PÇ5	3	3	3	3	2
PÇ6	2	3	3	3	3