AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Marka Yönetimi								
Ders Kodu	HIT117		Ders Düzeyi		Önlisans				
AKTS Kredi	2	İş Yükü	57 *(Saat)*	Teori	2	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 İçeriği	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	60

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 Yönetsel Sorunlar
15	Teorik	Türkiye'de Marka Yönetimi

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	30	0	1	30
Ara Sınav	1	15	1	16
Dönem Sonu Sınavı	1	10	1	11
			Toplam İş Yükü (Saat)	57
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	2,5
**25 saatlik iş yükü 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