



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME PROGRAMI
İŞLETME TEZSİZ YÜKSEK LİSANS (İÖ) PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Ürün ve Marka Stratejileri								
Ders Kodu	İŞLE529			Ders Düzeyi		Yüksek Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	127 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Dersin amacı, öğrencilerin bir markayı tek başına ve bir portföy içinde daha güçlü ve değerli hale getirecek stratejileri ve taktikleri kullanabilmesidir.								
Özet İçeriği	İşletme şartlarını etkileyen makro ekonomik faktörler, dünyadaki ve Türkiye'deki ekonomik krizlerin işletmeler üzerindeki etkileri.								
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	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Çavuşoğlu B. Marka Yönetimi ve Pazarlama Stratejileri, Nobel Yayın, (2011).
2	İslamoğlu, A.H. ve Fırat, D. Stratejik Marka Yönetimi, Beta Basım Yayın, (2011)

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Marka İle İlgili Kavramlar Markanın Önemi
2	Teorik	Tüketicilerde Satın Alma Kararında Markanın Etkisi
3	Teorik	Ürün Yönetim Süreci
4	Teorik	Ürün Karması ve Ürün Dizisi Kararları
5	Teorik	Tek Ürün Kararları
6	Teorik	Marka Kişiliği
7	Teorik	Temel Markalama Stratejileri
8	Teorik	Ara Sınavlar
9	Teorik	Ara Sınavlar
10	Teorik	Yenilik ve Yeni Ürün, Yeni Ürün Geliştirme Süreci
11	Teorik	Ürün Konumlandırma ve Ürün Farklılaştırma
12	Teorik	Marka Konumlandırma Süreci
13	Teorik	Marka Değeri ve Ölçme Yöntemleri
14	Teorik	Marka Yaşam Süreci ve Ürün Yaşam Süreciyle İlişkisi
15	Teorik	Marka Hukuku, Tescil ve Patent Uygulamaları

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	3	70



Ara Sınav	1	25	1	26
Dönem Sonu Sınavı	1	30	1	31
Toplam İş Yüğü (Saat)				127
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Öğrenci bu dersin sonunda, ? Ürün, Yenilik ve Yeni Ürün kavramlarının açıklayabilir, ? Ürün stratejilerini değerlendirebilir, ? Üründe inovasyon sürecini analiz edebilir.
2	Ürün Yönetim Süreci kavrama
3	Marka Kişiliğini kavrama
4	Ürün ve Marka konumlandırmaı öğrenme
5	Yapılan değerlendirilmelerin sonuçlarını yorumlayabilme.

Program Çıktıları (İşletme Tezsiz Yüksek Lisans (İÖ) Programı)

1	Çeşitli Lisans derecesi almış bireylerin, İşletme temel alanlarında (Üretim Yönetimi, Pazarlama, Muhasebe-Finans, Yönetim-Organizasyon, Sayısal Yöntemler) edindiği kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanabilmek ve alana ilişkin orijinal fikirler geliştirebilmek
2	Makro ve mikro düzeyde finansal analizlerin yapılabilmesi; Birincil ve ikincil piyasaların analizi; işletmelerin mali yapılarının değerlendirilmesi; muhasebe kayıtlarının ve mali tabloların yorumlanabilmesi becerilerini kazandırmak.
3	Matematik, istatistik ve ekonometri modellerinin işletmecilik alanlarında kullanabilme; sayısal verilerin yorumlanabilmesi; çıktıların karar verme sürecinde kullanılabilmesi; istatistiksel tahmin metotlarını kullanabilme yeteneğinin kazandırılmak.
4	Yönetim teknikleri hakkında bilgi sahibi olmak; İşletme yönetiminde karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için bireysel ve grup üyesi olarak sorumluluk alabilmek; liderlik özelliklerine ve yöneticilerle iletişim kurabilme yeteneklerinin
5	Pazarlama temel kavramları, Pazar araştırması, Pazar payı tahmini; Pazar dilimlemesi, Pazar konumlaması, Pazar hedeflemesi konuları; pazarlama karması, Pazarlama bölümünün işletme örgütü içindeki yeri gibi konuların ve uluslararası pazarlama kavramların

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	3	3	3	4	3
PÇ2	5	5	5	5	5
PÇ3	2	3	4	3	4
PÇ4	3	4	3	2	2
PÇ5	4	2	2	3	3

