



## AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

|                                   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                             |             |   |               |   |             |   |
|-----------------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------|---|---------------|---|-------------|---|
| Dersin Adı                        |   | Marka İletişimi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                             |             |   |               |   |             |   |
| Ders Kodu                         |   | HİRY508                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                             | Ders Düzeyi |   | Yüksek Lisans |   |             |   |
| AKTS Kredi                        | 5 | İş Yüğü                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 125 (Saat)                  | Teori       | 3 | Uygulama      | 0 | Laboratuvar | 0 |
| Dersin Amacı                      |   | Halkla ilişkiler ve pazarlama alanında önemli bir kavram olan “marka”nın ne anlama geldiği ve neden günümüzde bu kadar önemli olduğunun anlaşılmasını amaçlamaktadır. Aynı zamanda öğrencilerin markanın bileşenlerini bilmeleri ve bu doğrultuda bir markanın nasıl yönetildiğini anlamaları ve yorumlayabilmeleri amaçlanmaktadır. |                             |             |   |               |   |             |   |
| Özet İçeriği                      |   | Bütün iletişim biçimlerinin koordinasyonu kapsamında marka yönetimi ve reklamın rolü                                                                                                                                                                                                                                                 |                             |             |   |               |   |             |   |
| Staj Durum                        |   | Yok                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                             |             |   |               |   |             |   |
| Öğretim Yöntemleri                |   | Anlatım (Takrir), Gösterip Yaptırma, Örnek Olay                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                             |             |   |               |   |             |   |
| Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları) |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Prof. Dr. İçten Duygu ÖZBEK |             |   |               |   |             |   |

### Ölçme ve Değerlendirme Araçları

| Araç                      | Adet | Oran (%) |
|---------------------------|------|----------|
| Ara Sınav (Vize)          | 1    | 40       |
| Dönem Sonu Sınavı (Final) | 1    | 60       |

### Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

|   |                                                                      |
|---|----------------------------------------------------------------------|
| 1 | Nurhan Babür Tosun(2010), İletişim Temelli Marka Yönetimi, İst: Beta |
|---|----------------------------------------------------------------------|

| Hafta | Haftalara Göre Ders Konuları |                                             |
|-------|------------------------------|---------------------------------------------|
| 1     | Teorik                       | Kavramsal boyutuyla marka ve marka yönetimi |
| 2     | Teorik                       | Marka konumlandırma                         |
| 3     | Teorik                       | Marka kimliği                               |
| 4     | Teorik                       | Markalama süreci                            |
| 5     | Teorik                       | Sembolik ve işlevsel markalama              |
| 6     | Teorik                       | Davranışsal süreç ve markalama              |
| 7     | Teorik                       | Marka denkliği                              |
| 8     | Ara Sınav (Vize)             | Ara Sınav (Vize)                            |
| 9     | Teorik                       | Marka tutumu ve Marka Sadakati              |
| 10    | Teorik                       | Markalama stratejileri                      |
| 11    | Teorik                       | Markalama ve Tüketici davranışı             |
| 12    | Teorik                       | Güdüleme (motivasyon)                       |
| 13    | Teorik                       | Marka İletişimi                             |
| 14    | Teorik                       | Doğrudan Pazarlama                          |
| 15    | Teorik                       | Markalama ve Yeni Medya                     |
| 16    | Dönem Sonu Sınavı (Final)    | Dönem Sonu Sınavı (Final)                   |

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

| Etkinlik                                             | Adet | Ön Hazırlık | Etkinlik Süresi | Toplam İş Yüğü |
|------------------------------------------------------|------|-------------|-----------------|----------------|
| Kuramsal Ders                                        | 13   | 2           | 3               | 65             |
| Ara Sınav                                            | 1    | 29          | 1               | 30             |
| Dönem Sonu Sınavı                                    | 1    | 29          | 1               | 30             |
| Toplam İş Yüğü (Saat)                                |      |             |                 | 125            |
| Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi |      |             |                 | 5              |

\*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

### Dersin Öğrenme Çıktıları

|   |                                                                   |
|---|-------------------------------------------------------------------|
| 1 | Öğrenciler marka yönetiminin reklam boyutunu analiz edeceklerdir. |
| 2 | Öğrenciler kurumsal marka kimliğini kavrayacaklardır.             |



|   |                                                                                |
|---|--------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | Öğrenciler markalama sürecini kavrayacaklardır.                                |
| 4 | Öğrenciler, marka iletişimi kapsamında marka imajı kavramını kavrayacaklardır. |
| 5 | marka ve kurum imajı ilişkisini anlayacaklar                                   |

**Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yüksek Lisans Programı)**

|    |                                                                                                              |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | İletişimin kültürel boyutlarını inceleyebilecek ve üzerinde akademik çalışmalar yapabilir.                   |
| 2  | Mesaj stratejisini kurumsal çerçevede ele alabilir                                                           |
| 3  | Reklamcılığın temeli, multimedya, internet ve mobil iletişim pazarlama ilkeleri alanında bilgiye sahip olur. |
| 4  | Reklam kampanyaları planlama ve değerlendirme aşamalarında temel yöntemler                                   |
| 5  | Reklamcılık ve diğer pazarlama iletişimi çabalarının yorumlanma yeteneği                                     |
| 6  | Marka, marka imajı, marka yaratmak ve marka denkliği konusunda yetenek kazanır.                              |
| 7  | Bütünleşik pazarlama yönetimi ve stratejik rolü                                                              |
| 8  | Dağıtım kanalları, perakendecilik ve satın alma noktasıyla ilgili strateji oluşturma                         |
| 9  | Bilimsel araştırmanın ve sosyal olguların özellikleri                                                        |
| 10 | Yaratıcı düşünce ve reklam yazarlığı ve ilgili süreç                                                         |

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

|      | ÖÇ1 | ÖÇ2 | ÖÇ3 | ÖÇ4 | ÖÇ5 |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|
| PÇ1  | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   |
| PÇ2  | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   |
| PÇ3  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| PÇ4  | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   |
| PÇ5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| PÇ6  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| PÇ7  | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   |
| PÇ8  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   |
| PÇ9  | 4   |     | 5   | 5   | 5   |
| PÇ10 | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   |

