|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Adı** | **Kodu** | **Yarıyıl** | **T+U** | **Kredi** | **AKTS** |
|  **Marka İletişimi ve Uygulamaları** |  |  | 3+0 | 3 | 4 |
| Ön koşul Dersler |  |
| Dersin Dili | Türkçe |
| Dersin Türü | Zorunlu |
| Dersin Koordinatörü |   |
| Dersi Veren |  |
| Dersin Yardımcıları |  |
| Design Amacı | Öğrencilerin markalaşmaya giden yolda doğru enstrümanları kullanabilmeleri için, dünyadan ve ülkemizden markaları inceleyerek örnek almalarını sağlamaktır. |
| Dersin Öğrenme Çıktıları | Bu dersin sonunda öğrenci;1. Marka kavramını, kapsamı ve içeriğini öğrenir.2.Markayı oluşturan bileşenleri bilir.3. Marka değeri kavramını öğrenir.4. Bir marka inşa etmenin gereklerini öğrenir. |
| Dersin İçeriği | Marka kavramı, marka bileşenleri, marka kimliği ve kişiliği, konumlandırma ve bölümlendirme, markala stratejileri. |
| **Haftalar** | **Konular** |
| 1 | Markanın Tanımı ve Kavramlarına Genel Bakış |
| 2 | Markayı Oluşturan Bileşenler  |
| 3 | Marka Değeri |
| 4 | Marka Stratejilerinde Tutarlılık ve Önemi |
| 5 | Başarılı Markalar |
| 6 | Marka Hiyerarşisi |
| 7 | Markalamada Daralma Kuralı |
| 8 | Marka Kimliği |
| 9 |  Alt Markalar ve Rolleri |
| 10 | Marka Kaldıracı: Genişletmeler |
| 11 |  Hafta Marka Kişiliği-1 |
| 12 | Marka Kişilği-2 |
| 13 | Marka Mimarisi |
| 14 |  Marka Mimarisi: Kaynak Marka, Destekleyici Marka Stratejisi ve Uygulamaları |

|  |
| --- |
| **Genel Yeterlilikler** |
| Öğrencilerden bu dersin ana konularını anlamaları ve alanları ile uygulamalarında kullanmaları beklenir. |
| **Kaynaklar** |
|   Borça, G. (2002). *Bu topraklardan dünya markası çıkar mı*? Media Cat. Laura, R. ve Laura, A. (2005). *Marka yaratmanın 22 kuralı*. Media Cat. |
| **Değerlendirme Sistemi** |
| Dönem başında ders izlencelerinde belirtilir. |

|  |
| --- |
| **PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE****DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU** |
|  | **PÇ1** | **PÇ2** | **PÇ3** | **PÇ4** | **PÇ5** | **PÇ6** | **PÇ7** | **PÇ8** | **PÇ9** | **PÇ10** | **PÇ11** |
| **ÖÇ1** | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | - | 3 |
| **ÖÇ2** | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | - | 3 |
| **ÖÇ3** | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | - | 3 |
| **ÖÇ4** | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | - | 3 |
| **ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları** |
| **Katkı****Düzeyi** | **1 Çok Düşük** | **2 Düşük** | **3 Orta** | **4 Yüksek** | **5 Çok Yüksek** |

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ders** | **PÇ1** | **PÇ2** | **PÇ3** | **PÇ4** | **PÇ5** | **PÇ6** | **PÇ7** | **PÇ8** | **PÇ9** | **PÇ10** | **PÇ11** |
| Marka İletişimi ve Uygulamaları | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | - | 3 |

 |