

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Strategic Brand Management / Strategic Brand Management	
Ders Kodu / Course Code	SY311.2B	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor Degree / Bachelor Degree	
Ders Akts Kredi / ECTS	4.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Normal Education / Normal Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	-	-
Amacı / Purpose	Marka kavramının pazarlama, tüketici ve küresel rekabet açısından öneminin vurgulanarak, öğrencilerin marka yönetimi kavramı kavramalarını sağlamak.	Emphasizing the importance of brand concept in terms of marketing, consumer and global competition, to provide students to understand the concept of brand management.
İçeriği / Content	Marka, marka değeri, marka farkındalığı, marka imajı, marka kimliği, müşteri tabanlı marka değeri kavramları ve marka yönetimi stratejileri hakkında teori ve pratiğe dayanan bilgiler.	Theory and practice based on brand, brand value, brand awareness, brand image, brand identity, customer-based brand value concepts and brand management strategies.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Marka kavramı ve marka yönetimi ile ilgili yaklaşımların anlaşılması Marka değeri kavramı. Marka kimliği Marka genişletme stratejileri	Understanding the concept of brand and approaches about brand management Brand value concept. Brand identity Brand expansion strategies
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Strategic brand management - Kevin L. Keller Marka Yönetimi-Işıl Karpat Aktuğlu	Strategic brand management - Kevin L. Keller Marka Yönetimi-Işıl Karpat Aktuğlu
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Sefa Emre YILMAZEL	Lec. PhD Sefa Emre YILMAZEL

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka kavramlarını açıklayabilmek, uygulamak ve eleştirel olarak inceleyebilecek seviyeye gelmek	1- To be able to explain, apply and critically examine brand concepts
2	Markalaşma araçlarını anlamak ve kullanırken bilgili ve rasyonel seçimler yapacak seviyeye gelmek	To understand and use branding tools and make informed and rational choices
3	Marka projelerini grup olarak sunmak	To present brand projects as a group

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Markalaşma ve marka değeri				
	Branding and brand value				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka kişiliği / kimliği				
	Brand personality / identity				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka öğeleri				
	Brand elements				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Konulandırma				
	Positioning				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Duygusal markalama				
	Emotional marking				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Alt marka oluşturma				
	Sub-brand creation				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklamcılık kullanarak markalama				
	Branding using advertising				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	ARASINAV				
	MİDTERM				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici zihnini anlamak				
	Understanding the consumer mind				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici zihnini anlamak				
	Understanding the consumer mind				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası marka yönetimi				
	International brand management				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Grup projesi sunumları				
	Group project presentations				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Grup projesi sunumları				
	Group project presentations				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Grup projesi sunumları				
	Group project presentations				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	FİNAL SINAVI				
	FİNAL EXAM				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40
Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60
Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:		100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:		

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	5	2.00	10.00
Bireysel Çalışma / Self Study	10	2.00	20.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	5	2.00	10.00
Soru-Yanıt / Question-Answer	10	1.00	10.00
Sözlü Sınav / Oral Examination	10	2.00	20.00
Sözlü Sınav / Oral Examination	10	1.00	10.00
Toplam / Total:	66	16.00	112.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 112.00/30.00 = 3.73 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 112.00 / 30.00 = 3.73 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	2.1.1	2.1.2	3.1.1	3.1.2	3.1.3	3.1.4	3.2.1	3.2.2	3.3.1	3.3.2	3.4.1	3.4.2
1.Marka kavramlarını açıklayabilmek, uygulamak ve eleştirel olarak inceleyebilecek seviyeye gelmek / 1- To be able to explain, apply and critically examine brand concepts	1	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1	1	2	2	1
2.Markalaşma araçlarını anlamak ve kullanırken bilgili ve rasyonel seçimler yapacak seviyeye gelmek / To understand and use branding tools and make informed and rational choices	1	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1	1	2	2	1
3.Marka projelerini grup olarak sunmak / To present brand projects as a group	1	2	2	1	2	1	3	2	3	1	1	1	2	2	1

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high