

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	BRAND MANAGEMENT / BRAND MANAGEMENT	
Ders Kodu / Course Code	HSEC2252016835	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	2.00	
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	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Formal Education / Formal Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	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.	It aims to understand what the "brand", an important concept in public relations and marketing, means and why it is so important nowadays. It is also aimed at students to know the components of the brand and to understand and interpret how a brand is managed in this direction.
İçeriği / Content	1. Marka kavramını ve halkla ilişkilerdeki önemini tanımlar. Marka ile kimlik arasındaki ilişkiyi anlar. Markanın bileşenlerini ayırt eder. Farklı marka türlerini ayırt eder. Marka kimliğinin nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar.	They define the concept of brand and its importance to the public
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Marka Olmak,T.Sabri ERDİL	Marka Olmak ,T.Sabri ERDİL
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka kavramını ve halkla ilişkilerdeki önemini tanımlar.	They define the concept of brand and its importance to the public
2	Marka ile kimlik arasındaki ilişkiyi anlar.	Understanding the relationship between brand and identity.
3	Marka kimliğinin nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar.	Markanın bileşenlerini ayırt eder.
4	Marka kişiliğini nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar.	
5	Marka imajının nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar.	

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Giriş				
	Login				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Nedir?				
	What is a Brand?				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka ile "kimlik" ilişkisi				
	"Identity" relationship with the brand				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Markanın Bileşenleri				
	Brand Components				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İsim, sembol ve slogan				
	Name, symbol and slogan				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka türleri				
	Brand types				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka kimliği ve konumlandırma				
	Brand identity and positioning				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Arasınava				
	Midterm				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurum, Ürün ve Marka				
	Organization, Product and Brand				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurum, Ürün ve Marka				
	Person Brand Concept				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kişi Marka Kavramı				
	Person Brand Concept				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kişi Marka Kavramı				
	Country, City and Brand				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ülke, Şehir ve Marka				
	Country, City and Brand				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ülke, Şehir ve Marka				
	Evaluation				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Değerlendirme				
	Evaluation				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem Sonu Sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

	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

	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	10.00	10.00
Final Sınavı / Final Examination	1	12.00	12.00
Bütünleme Sınavı / Makeup Examination	1	10.00	10.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Toplam / Total:	17	34.00	60.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 60.00/30.00 = 2.00 ~ 2.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 60.00 / 30.00 = 2.00 ~ 2.00			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes									
	1.1.1	1.1.2	2.1.1	2.1.2	3.1.1	3.1.2	3.2.1	3.2.2	3.3.1	3.4.1
1.Marka kavramını ve halkla ilişkilerdeki önemini tanımlar. / They define the concept of brand and its importance to the public	1								4	
2.Marka ile kimlik arasındaki ilişkiyi anlar. / Understanding the relationship between brand and identity.		1					4			
3.Marka kimliğinin nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar. / Markanın bileşenlerini ayırt eder.			1			2				
4.Marka kişiliğini nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar. /				1						
5.Marka imajının nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar. /					2			4		4

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