GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Brand Management / Brand Management	
Ders Kodu / Course Code	EISL423	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	8.00	
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	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Bulunmamaktadır.	None.
Amacı / Purpose	Halkla ilişkiler, pazarlama ve reklam alanında «marka», çok önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dersin amacı; marka kavramının açıklanması ile beraber disiplinlerarası olarak neden kavramın bu kadar önemli olduğunu vurgulamaktır. Bu doğrultuda bir markanın bileşenleri, kimliği, değeri ile marka stratejisinin nasıl yönetildiğinin öğrenilmesi amaçlanmaktadır.	In the field of public relations, marketing and advertising, "brand" emerges as a very important concept. The aim of this course is; With the explanation of the concept of brand, it is to emphasize why the concept is so important as an interdisciplinary. In this direction, it is aimed to learn the components, identity, value of a brand and how the brand strategy is managed.
İçeriği / Content	Ders, içerik olarak marka kavramını bütün bileşenleri ile en ayrıntılı şekilde vermeyi hedeflerken bunu yaratıcı ve güncel örneklerle destekleyerek vermeyi kapsamaktadır.	While the course aims to give the concept of brand as a content in the most detailed way with all its components, it includes providing it with current and creative examples.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Bulunmamaktadır.	None.
Staj Durumu / Internship Status	Bulunmamaktadır.	None.
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	- Öğretim elemanının hazırlayacağı içerikler. - Aktuğlu, Işıl Karpat. Marka Yönetimi, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004., - Martin Lindstrom, Duyular ve Marka, Ankara: Optimist, 2006. - Douglas B. Holt, İkon Markalar, İstanbul: MediaCat, 2006. Aaker, D., (2010), Güçlü - Markalar Yaratmak, İstanbul: Mediacat. Aaker, David A. (2016), Markalama, MediaCat Yayınları, İstanbul	- Content to be prepared by the lecturer. - Aktuğlu, Işıl Karpat. Marka Yönetimi, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004., - Martin Lindstrom, Duyular ve Marka, Ankara: Optimist, 2006. - Douglas B. Holt, İkon Markalar, İstanbul: MediaCat, 2006. Aaker, D., (2010), Güçlü - Markalar Yaratmak, İstanbul: Mediacat. Aaker, David A. (2016), Markalama, MediaCat Yayınları, İstanbul
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Ahmet AYDIN	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Marka kavramını anlayıp açıklayabilme ve marka ile ilgili bileşenleri yorumlayabilme	TTo be able to understand and explain the concept of the brand and interpret the components related to the brand.
2	Marka kimliğini ve marka kimliği unsurlarını kavrayabilme	To understand brand identity and brand identity elements
3	Marka ve pazarlama arasındaki ilişkiyi açıklayabilme	To be able to explain the relationship between brand and marketing
4	Marka yönetimi stratejilerine yönelik örnek strateji uygulayabilme ve değerlendirme	Ability to implement and evaluate a sample strategy for brand management strategies

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Marka Kavramı ve Önemi, Marka Kimliği ve Marka Değeri-Ederi				
	Brand Concept and Importance, Brand Identity and Brand Equity				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
2	Sosyal Kimlik ve Marka Kimliği İlişkisi				
	Social Identity and Brand Identity Relationship				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
3	Marka Bilinirliği ve Farkındalığı, Marka Tutumu				
	Brand Awareness and Awareness, Brand Attitude				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
4	Marka Bağlılığı-Sadakati ve İşletmeler İçin Önemi				
	Brand Loyalty and Its Importance for Businesses				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
5	Marka ile İlgili Bazı Kavramlar Arasındaki Farklılıkların Anlaşılması				
	Understanding the Differences Between Some Brand Related Concepts				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Hikayeleri ve Marka Başarısı				
	Brand Stories and Brand Success				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Genel Değerlendirme ve Vizeye Hazırlık				
	General Evaluation and Visa Preparation				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav - Vize				
	Midterm - Visa Examination				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka ve Pazarlama İletişimi				
	Brand and Marketing Communication				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka ve Duyusal Pazarlama				
	Brand and Sensory Marketing				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Markalama Kavramı: İstanbul Havalimanı Örneği.				
	Branding Concept: The Example of Istanbul Airport.				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Marka Yönetimi Örnek Uygulama				
	Brand Management Sample Application				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
13	Tüketici/Müşteri Davranışları ve Marka İçin Önemi				
	Consumer/Customer Behavior and Importance for the Brand				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
14	Öğrenci Uygulamaları ve Genel Değerlendirme				
	Student Practices and General Assessment				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
15	Dönem Sonu Sınavı - Final				
	Final Examination				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	70
Proje Hazırlama / Project Preparation	1	30
Toplam / Total:	2	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 Yükü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	40.00	40.00
Final Sınavı / Final Examination	1	100.00	100.00
Proje Hazırlama / Project Preparation	1	50.00	50.00
Toplam / Total:	3	190.00	190.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yükü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 190.00/25.00 = 7.60 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 190.00 / 25.00 = 7.60 ~

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes										
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11
1.Marka kavramını anlayıp açıklayabilme ve marka ile ilgili bileşenleri yorumlayabilme / TTo be able to understand and explain the concept of the brand and interpret the components related to the brand.											
2.Marka kimliğini ve marka kimliği unsurlarını kavrayabilme / To understand brand identity and brand identity elements											
3.Marka ve pazarlama arasındaki ilişkiyi açıklayabilme / To be able to explain the relationship between brand and marketing											
4.Marka yönetimi stratejilerine yönelik örnek strateji uygulayabilme ve değerlendirme / Ability to implement and evaluate a sample strategy for brand management strategies											

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