

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı                          | Kodu  | Yarıyıl | T+U+L<br>(saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|---|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Markalaşma                          | ADV 402   | Güz     | 02+02+00              | Seçmeli      | 3           | 6    |
| Akademik Birim:                     | İletişim Fakültesi  |         |                       |              |             |      |
| Öğrenim Türü:                       | Örgün Eğitim  |         |                       |              |             |      |
| Ön Koşullar                         | Yok   |         |                       |              |             |      |
| Öğrenim Dili:                       | İngilizce   |         |                       |              |             |      |
| Dersin Düzeyi:                      | Lisans  |         |                       |              |             |      |
| Dersin Koordinatörü:                | --  |         |                       |              |             |      |
| Dersin Amacı:                       | Bu dersi alan öğrencilerin: <ul style="list-style-type: none"><li>• Markalar ve insanlar arasındaki ilişkiyi kavramaları,</li><li>• Marka, marka kimliği, marka kişiliği, marka değeri, konumlandırma gibi temel marka kavramları hakkında bilgilenmeleri</li><li>• Stratejik marka yönetimi değerlendirmesi yapmayı deneyimlemeleri beklenmektedir.</li></ul>  |         |                       |              |             |      |
| Dersin İçeriği:                     | Ders, marka yönetimindeki temel kavramları ve yeni eğilimleri keşfetmenin yanı sıra marka bileşenlerini ve takım kurma konularını da inceler.   |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):      | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Marka kavramlarını açıklayabilmek, uygulamak ve eleştirel olarak inceleyebilecek seviyeye gelmek</li><li>• <b>2-</b> Markalaşma araçlarını anlamak ve kullanırken bilgili ve rasyonel seçimler yapacak seviyeye gelmek</li><li>• <b>3-</b> Marka projelerini grup olarak sunmak</li></ul>   |         |                       |              |             |      |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Markalar ve İnsanlar 2. Marka Oluşturma 3. Marka İletişimi Modüller modül içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden gözlemlerini sunmaları ve bilgiyi içselleştirmek için kavramla ilgili küçük projeler yapmaları istenir. Projelerin yazılı sunumları% 40 olarak değerlendirilirken, not hoca tarafından değerlendirilir. Sınıf içi proje sunumları % 30 olarak derecelendirilmiştir. Genel notun geri kalanı,% 30, final projesi olarak değerlendirilir |         |                       |              |             |      |

## HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular  | Ön Hazırlık  |
|-------|--|--|
| 1     | Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)                                    |  |
| 2     | Markalaşmaya giriş   | Okuma ödevi  |
| 3     | Tüketici davranışı, İlginlik   | Okuma ödevi  |
| 4     | Duygu ve Tüketici Seçimi, Duygusal marka bağlantıları                        | Okuma ödevi  |
| 5     | Postmodern tüketici ve sembolik anlam  | Okuma ödevi & ticari olmayan bir marka ve bu markanın insanlarla ilişkisi hakkında sözlü sunum |
| 6     | Marka Ederi, Marka yönetiminde marka ederinin merkezi rolü, Marka Stratejisi | Okuma ödevi  |
| 7     | Marka konumlandırma, Marka Kişiliği, Arketipler                              | Okuma ödevi  |
| 8     | Marka Amacı, Marka Davranışı   | Okuma ödevi & En iyi 100 küresel marka arasından seçilen bir markanın analizi                  |
| 9     | Marka performansı, Marka takibi, Pazar araştırması, Fiyatlama                | Okuma ödevi  |
| 10    | Marka stratejileri   | Okuma ödevi  |
| 11    | Yüksek teknoloji markalarını yönetmek  | Okuma ödevi  |
| 12    | Ürün portföy yönetimi  | Okuma ödevi & modül hakkında sözlü   |

|    |                       |  |
|----|-----------------------|--|
|    |                       | sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi. |
| 13 | Proje Sunumları       |  |
| 14 | Değerlendirme Haftası |  |

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Gerekli / önerilen tüm okumalar dijital / rezerv ders okumaları paketi şeklinde sağlanacaktır (KHASLearn ve / veya KHAS Bilgi Merkezi'nde mevcuttur)

## DİĞER KAYNAKLAR

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı      | Katkı Payı (%) |
|-------------------------|-----------|----------------|
| Katılım                 | 12        | -              |
| Proje                   | 3         | 40             |
| Sunum/Jüri              | 2         | 30             |
| Proje Raporları         | 1         | 30             |
| <b>Total:</b>           | <b>18</b> | <b>100</b>     |

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler                   | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yüğü (saat) |
|-------------------------------|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati                    | 14     | 3             | 42                    |
| Proje                         | 3      | 16            | 48                    |
| Sunum/Jüriye Hazırlık         | 2      | 15            | 30                    |
| Proje Raporlarının Sunumu     | 1      | 30            | 30                    |
| <b>Toplam İş Yüğü (saat):</b> |        |               | <b>150</b>            |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

## PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

| #   | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| OC1 |     |     |     |     |     |     |     |     |
| OC2 |     |     |     |     |     |     |     |     |
| OC3 |     |     |     |     |     |     |     |     |

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek