DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Uygulamalı Stratejik Marka Yönetimi	BUS 403	Güz	03+00+00	Zorunlu	3	6

Akademik Birim:	İşletme
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Lisans
Dersin Koordinatörü:	- -
Dersin Amacı:	Bu dersin amacı, öğrencilerin marka yönetiminin müşteri değeri yaratmadaki önemli rolünü öğrenmelerini sağlamaktır. Ders kapsamında, markanın hem şirket hem de tüketici açısından anlamı, markalaşma adımları, yeni ürün geliştirme ve inovasyon ile yeni bir marka yaratma veya mevcut bir markayı uyarlama süreçleri tartışılacaktır.
Dersin İçeriği:	Bu ders, teorik bilgiyi akademi ve iş dünyasından gerçek dünya uygulamalarıyla birleştirerek öğrencilere marka yönetiminin temel dinamiklerini tanıtmak için tasarlanmıştır.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** Marka konumlandırmasını ve stratejik etkilerini anlamak • **2-** Etkili marka tasarımlarını ve marka iletişim stratejilerini analiz etmek ve geliştirmek • **3-** Farklı pazar bağlamlarında marka stratejilerini öğrenmek ve uygulamak • **4-** Stratejik marka yönetimi teknikleriyle marka değerini değerlendirmek ve artırmak
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Yüz yüze dersler, sınıf içi uygulamalar, vaka çalışmaları, proje, öğrenci sunumları

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Pazarlama ve Marka Yönetimine Giriş	-
2	Marka ve Marka Yönetimi	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
3	Tüketici Temelli Marka Değeri ve Konumlandırma	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
4	Marka Rezonansı ve Değer Zinciri	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
5	Marka Stratejisi Geliştrime	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
6	Marka Unsurları	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
7	Marka Değerini Oluşturmak İçin Pazarlama Programları Tasarlama	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
8	Marka Mimarisi Tasarlama ve Uygulama	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
9	Marka Portföyü	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
10	Markaları Coğrafi Sınırlar Üzerinde Yönetmek	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
11	Markaları Pazar Segmentleri ve Zaman İçinde Yönetmek	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
12	Marka Yönetiminde Yeni Trendler	Learn’de paylaşılacak kaynaklardan

		okumalar
13	Sunumlar	-
14	Sunumlar	-

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Keller, K.L, Strategic Brand Management, Global edition, GE Pearson.

DİĞER KAYNAKLAR

Haftalık verilecek makaleler ve diğer kaynaklar

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	**Sayı**	**Katkı Payı (%)**
Katılım	1	20
Sunum/Jüri	1	50
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	30
Total:	**3**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	**Sayısı**	**Süresi (saat)**	**Toplam İş Yükü (saat)**
Ders Saati	14	3	42
Sunum/Jüriye Hazırlık	1	50	50
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	14	2	28
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	2	15	30
Toplam İş Yükü (saat):			**150**

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13
OC1	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1

OC2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	1	2	1	1
OC3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2
OC4	2	3	3	3	2	2	2	2	3	1	2	1	1

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek