# 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 | Seçmeli | 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<br>• **2-** Etkili marka tasarımlarını ve marka iletişim stratejilerini analiz etmek ve geliştirmek<br>• **3-** Farklı pazar bağlamlarında marka stratejilerini öğrenmek ve uygulamak<br>• **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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| OC1 | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| OC2 | | | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | | | |
| OC4 | | | | | | | | | | |

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