

**Contenus**

<b>Nom du Cours</b>	<b>Semestre du Cours</b>	<b>Cours Théoriques</b>	<b>Travaux Dirigés (TD)</b>	<b>Travaux Pratiques (TP)</b>	<b>Crédit du Cours</b>	<b>ECTS</b>
SPR508	2	3	0	0	3	6
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Obligatoire					
Niveau du Cours	Master					
Objectif du Cours	L'objectif de ce cours est d'analyser le processus de management de la marque qui comprend ce que c'est la marque, comment former l'identité de marque, la personnalité de marque et l'image de marque, comment offrir la marque au cible, la création de la fidélité à la marque, la détermination de la valeur de marque, positionnement de marque et d'évaluer ce processus avec les études de cas locales, nationales et internationales.					
	1.er cours: La marque et les notions reliées à la marque					
	2.em cours: Processus de management de marque					
	3.em cours: L'identité de marque, la personnalité de marque et l'image de marque					
	4.em cours: Architecture de marque, alliance de marque					
	5.em cours: Culture de marque et promesse de la marque					
	6.em cours: Examen partiel					
	7.em cours: Les stratégies de positionnement de marque					
Contenus	8.em cours: Les stratégies de "branding"					
	9.em cours: La fidélité à la marque					
	10. em cours: Les associations d'entreprise de marque dans le management de marque					
	11.em cours: Invitation d'un/une spécialiste					
	12. em cours: Invitation d'un/une spécialiste					
	13. em cours: Invitation d'un/une spécialiste					
	14.em cours: Invitation d'un/une spécialiste					

- 1) David A.Aaker, "Managing Brand Equity", Free Press, 1991.
- 2) David A.Aaker, "Güçlü Markalar Yaratmak", Mediacat Kitapları
- 3) Philip Kotler "B2B Marka Yönetimi", Mediacat Kitapları
- 4) Philip Kotler, Principles of Marketing, 9th Edition, Prentice Hall.
- 5) Richard Rosenbaum-Elliott, Larry Percy, and Simon Pervan, "Strategic Brand Management", Oxford University Press, 2011.
- 6) Nurhan Babür Tosun, İletişim Temelli Marka Yönetimi, Beta Yayıncılık, 2010.

#### Ressources

Périodiques Académiques:

Harward Business Review

Journal of Public Relations Research

Journal of Advertising

Journal of International Marketing

Public Relations Quarterly

Public Relations Review

#### Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	La marque et les notions reliées à la marque
2	Processus de management de marque
3	L'identité de marque, la personnalité de marque et l'image de marque
4	Architecture de marque, alliance de marque
5	Culture de marque et promesse de la marque
6	Examen partiel
7	Les stratégies de positionnement de marque
8	Les stratégies de "branding"
9	La fidélité à la marque
10	Les associations d'entreprise de marque dans le management de marque
11	Invitation d'un/une spécialiste
12	Invitation d'un/une spécialiste
13	Invitation d'un/une spécialiste
14	Invitation d'un/une spécialiste