Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
MİŞ621	Identité de Marque et Stratégies	1	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	-L'objectif de ce cours est de familiariser les étudiants avec les concepts fondamentaux et les approches théoriques de l'identité de marque et des stratégies de marque, afin de leur permettre d'analyser les processus de construction de l'identité, de positionnement, de différenciation et de création d'un avantage concurrentiel. Le cours porte également sur le rôle de la perception des consommateurs, du capital de marque, de la communication et de la digitalisation dans la gestion stratégique des marques.
Contenus	-Le cours aborde les concepts de marque et d'identité de marque, les modèles d'identité de marque, la personnalité et les valeurs de marque, le positionnement, l'image et la perception de marque, le capital de marque, l'architecture de marque, la gestion du portefeuille de marques, les stratégies d'extension de marque, la gestion des marques internationales, la communication, la gestion digitale, l'expérience de marque et les stratégies de marque durables.
Ressources	Aaker, D. A. (1996). Building Strong Brands. Free Press. Kapferer, J.-N. (2012). The New Strategic Brand Management. Kogan Page. Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management. Pearson. Aaker, D. A. (1997). Dimensions of Brand Personality. Journal of Marketing Research. Sélection d'articles académiques récents sur la gestion des marques et le marketing.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction à la gestion de marque et concepts fondamentaux
2	Identité de marque et modèles d'identité de marque
3	Personnalité, valeurs et culture de marque
4	Positionnement de marque et différenciation concurrentielle
5	Image de marque, perception des consommateurs et associations de marque
6	Capital de marque et performance de la marque
7	Relation entre l'identité et l'image de marque
8	Architecture de marque et gestion du portefeuille de marques
9	Stratégies d'extension et de revitalisation de marque
10	Marques mondiales et stratégies internationales de marque
11	Communication de marque et gestion intégrée de la marque

Semaine	Intitulés des Sujets
12	Branding digital et gestion de marque sur les réseaux sociaux
13	Expérience de marque, développement durable et réputation de marque
14	Stratégies contemporaines de marque et études de cas en gestion de marque