Contenus								
Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS	
CO-E 614 Gestion de marque		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							
Contenus	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							
	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 o	d'un/une spécialis	ste					

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 Yayınları, 2010.

Intitulés des Sujets

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

	-
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