

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 661	Marka Yönetim Stratejileri Analizi	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans

Dersin Amacı	Marka, markalama ve marka özvarlığı kavramları tanımlarıyla verilecek ve özvarlığı yüksek markaların stratejileri örneklerle aktarılacak; marka yönetimi için anahtar kavramlar olan marka sadakati, bilinirliği, algılanan kalite ve çağrışımlar detaylı şekilde açıklanacak ve birbirleriyle olan etkileşimleri ve bağıntıları verilecek; markanın doğru yol alması için uygulanması gereken stratejik analiz ve analizin komponentleri tanımlanacak; marka kimliğinin vaz geçilmez unsurları olan ürün, kurum, kişilik ve sembol kavramları ve bunların marka ile olan bağıntıları örneklerle açıklanacak; marka esnetme/genişletme stratejilerinin uygulanabileceği durumlar vaka'lar aracılığıyla açıklanacak.
--------------	---

İçerik	<ol style="list-style-type: none">1. Hafta: Marka, markalama ve marka öz varlığı kavramları.2. Hafta: Marka özvarlığını oluşturan anahtar kavramlar.3. Hafta: Marka sadakati, bilinirliği.4. Hafta: Kalite ve algılanan kalitenin markaya yansımaları.5. Hafta: Marka çağrışımları.6. Hafta: Çağrışımlar bağlamında isim, sembol ve slogan.7. Hafta: Ara Sınav (vize).8. Hafta: Stratejik marka analizi: müşteri, rekabet, içsel analiz.9. Hafta: Stratejik marka analizi için vaka'lar10. Hafta: Marka kimliğini oluşturan anahtar kavramlar ve tanımlar11. Hafta: Ürün ve Kurum olarak marka12. Hafta: Kişi ve Sembol olarak marka13. Hafta: Marka genişletme kararları14. Hafta: Marka genişletme stratejileri
--------	--

Kaynaklar	<p>Kapferer, N.J., The New Strategic Brand Management Keller, K.L., Strategic Brand Management David, A.A. (1996). Building Strong Brands, New York: The Free Press. David, A.A. (1991). Managing Brand Equity, New York: The Free Press. Haig, M. (2006). Brand Royalty, London: Kogan Page Limited.</p> <p>İlgili Diğer Güncel Makale ve Kitaplar</p>
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. Hafta: Marka, markalama ve marka öz varlığı kavramları.
2	2. Hafta: Marka özvarlığını oluşturan anahtar kavramlar.
3	3. Hafta: Marka sadakati, bilinirliği.
4	4. Hafta: Kalite ve algılanan kalitenin markaya yansımaları.
5	5. Hafta: Marka çağrışımları.
6	6. Hafta: Çağrışımlar bağlamında isim, sembol ve slogan.
7	7. Hafta: Ara Sınav (vize).
8	8. Hafta: Stratejik marka analizi: müşteri, rekabet, içsel analiz.
9	9. Hafta: Stratejik marka analizi için vakalar
10	10. Hafta: Marka kimliğini oluşturan anahtar kavramlar ve tanımlar
11	11. Hafta: Ürün ve Kurum olarak marka
12	12. Hafta: Kişi ve Sembol olarak marka
13	13. Hafta: Marka genişletme kararları
14	14. Hafta: Marka genişletme stratejileri