

**Ders Kodu Dersin Adı Yarıyıl Teori Uygulama Lab Kredisi AKTS**

RPP414 Marka Yönetimi 8 2 0 0 2 5

## Ön Koşul

Derse Kabul Koşulları

Dersin Dili Türkçe

Türü Seçmeli

Dersin Düzeyi 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 bağlantıları 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 bağlantıları örneklerle açıklanacak; marka esnetme/genişletme stratejilerinin uygulanabileceği durumlar vaka'lar aracılığıyla açıklanacak.

**İçerik**

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'lar
10. Hafta: Marka kimliğini oluşturan anahtar kavramlar ve tanımlar
11. Hafta: Ürün ve Kurum olarak marka
12. Hafta: Kişi ve Sembol olarak marka
13. Hafta: Marka genişletme kararları
14. Hafta: Marka genişletme stratejileri

Kapferer, Strategic Brand Management  
David, A.A. (1996). Building Strong Brands, New York: The Free Press.

**Kaynaklar** David, A.A. (1991). Managing Brand Equity, New York: The Free Press.  
Haig, M. (2006). Brand Royalty, London: Kogan Page Limited.  
İlgili Diğer Güncel Makale ve Kitaplar

**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 vaka'lar
- 10 10. Hafta: Marka kimliğini oluşturan anahtar kavramlar ve tanımlar
- 11 11. Hafta: Ürün ve Kurum olarak marka

<b>Hafta</b>	<b>Konu Başlıkları</b>
12	12. Hafta: Kişi ve Sembol olarak marka
13	13. Hafta: Marka genişletme kararları
14	14. Hafta: Marka genişletme stratejileri