

## İçerik

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

Kaynaklar	<p>Kapferer, Strategic Brand Management David, A.A. (1996). Building Strong Brands, New York: The Free Press.</p> <p>David, A.A. (1991). Managing Brand Equity, New York: The Free Press.</p> <p>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.

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