

## İçerik

| Ders Kodu | Dersin Adı     | Yarıyıl | Teori | Uygulama | Lab | Kredisi | AKTS |
|-----------|----------------|---------|-------|----------|-----|---------|------|
| CO-E 614  | Marka Yönetimi | 1       | 3     | 0        | 0   | 3       | 6    |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Ön Koşul              |  |
| Derse Kabul Koşulları |  |

|               |  |
|---------------|--|
| Dersin Dili   | Türkçe   |
| Türü          | Zorunlu  |
| Dersin Düzeyi | Yüksek Lisans  |
| Dersin Amacı  | Bu dersin amacı; marka yönetiminin; marka kişiliği ve marka kimliği oluşturma, markayı tüketiciye sunma, markanın değerini belirleme, marka bilinirliği ve marka bağlılığını yaratabilme, pazarda istenilen paya sahip olma ve bunu koruma için markayı doğru konumlandırma aşamalarını kapsayan önemli bir yönetim süreci olduğunun yerel, ulusal ve uluslar arası örneklerle analiz edilmesidir.   |
| İçerik        | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Hafta: Marka kavramı ve ilgili kavramlar</li><li>2. Hafta: Marka yönetimini kapsayan süreçler</li><li>3. Hafta: Marka kimliği, marka kişiliği ve marka imajı</li><li>4. Hafta: Marka mimarisi, marka ittifakı</li><li>5. Hafta: Marka kültürü, marka vaadi oluşturma</li><li>6. Hafta: Vize sınavı</li><li>7. Hafta: Marka konumlandırma stratejileri</li><li>8. Hafta: Markalama stratejileri</li><li>9. Hafta: Marka sadakati</li><li>10. Hafta: Marka yönetiminde kurumsal çağrışımlar</li><li>11. Hafta: Uzman konuk daveti</li><li>12. Hafta: Uzman konuk daveti</li><li>13. Hafta: Uzman konuk daveti</li><li>14. Hafta: Uzman konuk daveti</li></ol> |

|           |  |
|-----------|--|
| Kaynaklar | <p>1) David A.Aaker, "Managing Brand Equity", Free Press, 1991.</p> <p>2) David A.Aaker, "Güçlü Markalar Yaratmak", Mediacat Kitapları</p> <p>3) Philip Kotler "B2B Marka Yönetimi", Mediacat Kitapları</p> <p>4) Philip Kotler, Principles of Marketing, 12th Edition, Prentice Hall.</p> <p>5) Richard Rosenbaum-Elliott, Larry Percy, and Simon Pervan, "Strategic Brand Management", Oxford University Press, 2011.</p> <p>6) Nurhan Babür Tosun, İletişim Temelli Marka Yönetimi, Beta Yayınları, 2010.</p> <p>7) Filiz Otay Demir (ed.), Markaloji: markaya Dair Her Şey, Giza Mavna Yayınları, İstanbul, 2012.</p> <p>Sürekli yayınlar:</p> <p>Harward Business Review</p> <p>Journal of Public Relations Research</p> <p>Journal of Advertising</p> <p>Journal of International Marketing</p> <p>Public Relations Quarterly</p> <p>Public Relations Review</p> |
|-----------|--|

#### Teori Konu Başlıkları

| Hafta | Konu Başlıkları                              |
|-------|--|
| 1     | Marka kavramı ve ilgili kavramlar            |
| 2     | Marka yönetimini kapsayan süreçler           |
| 3     | Marka kimliği, marka kişiliği ve marka imajı |
| 4     | Marka mimarisi, marka ittifakı               |
| 5     | Marka kültürü, marka vaadi oluşturma         |
| 6     | Marka konumlandırma stratejileri             |
| 7     | Vize sınavı                                  |
| 8     | Markalama stratejileri                       |
| 9     | Marka sadakati                               |
| 10    | Marka yönetiminde kurumsal çağrışımlar       |
| 11    | Uzman konuk daveti                           |
| 12    | Uzman konuk daveti                           |
| 13    | Uzman konuk daveti                           |
| 14    | Uzman konuk daveti                           |