

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ**

DERS BİLGİ FORMU

Dersin Ayrıntıları				
Dersin Adı	Marka Yönetimi			
Dersin Kodu	Sınıfı	Yarıyılı	T+U+L Saat	AKTS
BWL009	3 ve/veya 4	Seçmeli	2+2+0	6

Dersin Dili	Almanca			
Dersin Düzeyi	Lisans	X	Yüksek Lisans	Doktora
Bölümü/Programı	İşletme			
Eğitim Türü	Yüz yüze			
Dersin Türü	Zorunlu		Seçmeli	X
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, güçlü markaların nasıl yaratıldığını ve sürdürüldüğünü anlatarak, karlılığı destekleyecek marka stratejileri planlama ve geliştirme becerisi kazandırmaktır.			
Dersin İçeriği	Bu derste öğrenciler marka değeri, marka konumlandırma, müşteri bağlılığı ve marka genişletme gibi kavramları ve daha iyi marka kararları vermelerine yardımcı olacak temel teorileri ve modelleri öğreneceklerdir.			
Ön Koşulları	-			
Dersin Koordinatörü	Dr. Öğr. Üyesi Sevgin BATUK			
Dersi Verenler	Dr. Öğr. Üyesi Sevgin BATUK			
Dersin Yardımcıları	Henüz belli değil			
Dersin Staj Durumu	-			

Ders Kaynakları	
Ders Notu	Kevin Lane Keller (2013). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, 4th Edition.
Diğer Kaynaklar	Jack Trout (2001). Big Brands, Big Trouble: Lessons Learned the Hard Way.

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ**

DERS BİLGİ FORMU

Materyal Paylaşımı

Dokümanlar	-
Ödevler	-
Sınavlar	-

Dersin Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	%
Mühendislik Bilimleri	%
Mühendislik Tasarımı	%
Sosyal Bilimler	80%
Eğitim Bilimleri	%
Fen Bilimleri	%
Sağlık Bilimleri	%
Alan Bilgisi	20%

Değerlendirme Sistemi

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayısı	Katkı%
Ara Sınav	1	40%
Kısa Sınav		
Ödev		
Devam		
Uygulama		
Proje		
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60%
Toplam	2	100%

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ**

DERS BİLGİ FORMU

AKTS / İş Yüğü Tablosu

Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü(Saat)
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	2	28
Ödevler			
Sunum/Seminer Hazırlama			
Ara Sınavlar	1	40	40
Uygulama	14	2	28
Laboratuvar			
Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	56	56
Toplam İş Yüğü		180	
Toplam İş Yüğü / 30 (s)		6	
Dersin AKTS Kredisi		6	

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
1	Küresel rekabet açısından marka yönetiminin önemini kavrama
2	Uluslar arası pazarda marka yönetimi hakkında derinlemesine bilgi edinme
3	İyi/ kötü markalar ve başarılı/ başarısız marka stratejileri arasındaki farkları anlama becerisi edinme

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dokümanlar
1	Marka ve Marka Yönetimi		
2	Müşteri temelli marka değeri		
3	Marka konumlandırma		

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ**

DERS BİLGİ FORMU

4	Marka rezonansı ve marka değer zinciri		
5	Marka unsurlarıyla marka değeri yaratma		
6	Pazarlama programlarıyla marka değeri yaratma		
7	Bütünleşik pazarlama iletişimiyle marka değeri yaratma		
8	İkincil marka ilişkilendirmeleri ile marka değeri yaratma		
9	Ara Sınav		
10	Marka değeri ölçme ve yönetme sistemi geliştirme		
11	Marka değeri ölçme araçları: Müşteri zihnini anlamak		
12	Marka değeri ölçme araçları: Pazar performansını anlamak		
13	Marka stratejilerinin tasarımı ve uygulanması		
14	Yeni ürünlerin sunulması ve marka genişletmesi		
15	Coğrafi sınırlar arası marka yönetimi		

Dersin Program Çıktılarına Katkısı

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
TÜM	3	3	3	2	2	4	3	4	2	3	3
Ö1	3	3	3	2	2	4	3	4	2	3	3
Ö2	3	3	3	2	2	4	3	4	2	3	3
Ö3	3	3	3	2	2	4	3	4	2	3	3

Katkı Düzeyi: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

Hazırlayan: Dr. Öğr. Üyesi Sevgin BATUK

Güncelleme Tarihi: 04.03.2020