



## Ders Bilgi Formu

| Ders Adı           | Kodu    | Yerel Kredi | AKTS | Ders (saat/hafta) | Uygulama (saat/hafta) | Laboratuvar (saat/hafta) |
|--------------------|---------|-------------|------|-------------------|-----------------------|--------------------------|
| Marka Stratejileri | GRA3250 | 2           | 2    | 2                 | 0                     | 0                        |

|            |     |
|------------|-----|
| Önkoşullar | Yok |
|------------|-----|

|         |            |
|---------|------------|
| Yarıyıl | Güz, Bahar |
|---------|------------|

|             |        |
|-------------|--------|
| Dersin Dili | Türkçe |
|-------------|--------|

|                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| Dersin Seviyesi | Lisans Seviyesi |
|-----------------|-----------------|

|                 |                       |
|-----------------|-----------------------|
| Ders Kategorisi | Temel Meslek Dersleri |
|-----------------|-----------------------|

|                      |          |
|----------------------|----------|
| Dersin Veriliş Şekli | Yüz yüze |
|----------------------|----------|

|                            |              |
|----------------------------|--------------|
| Dersi Sunan Akademik Birim | Sanat Bölümü |
|----------------------------|--------------|

|                     |               |
|---------------------|---------------|
| Dersin Koordinatörü | Kader SÜRMELİ |
|---------------------|---------------|

|                  |               |
|------------------|---------------|
| Dersi Veren(ler) | Kader SÜRMELİ |
|------------------|---------------|

|               |  |
|---------------|--|
| Asistan(lar)ı |  |
|---------------|--|

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dersin Amacı | Öğrencilerin, marka kavramını daha geniş bir biçimde değerlendirerek marka yapılandırma konusunda gerekli olan stratejik bilgileri edinmeleri ve markanın ürününden farklılığını göstererek ne olduğu ve neden önemli olduğu üzerine yoğunlaşmasını sağlamak amaçlanmaktadır. |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                |                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dersin İçeriği | Marka ve markayla ilişkili temel kavramlar, yaratıcı strateji ve mesaj stratejisi bakımından marka konumlandırma çalışmaları, marka yönetimine dayalı uygulamalar ve çeşitli marka simülasyonları ve örnek çalışmalar |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| Opsiyonel Program Bileşenleri | Yok |
|-------------------------------|-----|

### Ders Öğrenim Çıktıları

|   |                                                                                                                                                                                      |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Marka oluşumundaki 'yaratıcılık' etkeninin, kurum ve marka sahibi/yöneticisi kişi düzeyinde karşılığını veya kaynağını saptayabilecek,                                               |
| 2 | Kuruma veya markaya özgü biçimde ifade edilebilmesinin stratejik ve biçimsel gereklerini tanıyacak ve uygulayabilecek,                                                               |
| 3 | Bu etkenin iletişim yatırımı planlanmasında, uygulanmasında/biçimlendirilmesinde, sürdürülmesinde tutarlı biçimde ön planda tutulmasını sağlayabilecek bilgi ve öngörü kazanacaktır. |

### Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

| Hafta | Konular                                                                               | Ön Hazırlık |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1     | Ders hakkında genel bilgi verilmesi, ders planı ve gereklilikleri                     | NA          |
| 2     | Markalaştırma Süreci                                                                  | NA          |
| 3     | Marka Konumlandırma ve Marka Kimliği (logo, slogan, amblem, renk, isim, ambalaj, vs.) | NA          |
| 4     | Marka modelleri                                                                       | NA          |
| 5     | Pazar Konumlarına Göre Marka Stratejilerinin Geliştirilmesi                           | NA          |
| 6     | Marka Performansını Belirleyen Özellikler                                             | NA          |
| 7     | Marka konumlandırma                                                                   | NA          |

|    |                                                                |    |
|----|----------------------------------------------------------------|----|
| 8  | Midterm 1 / Practice or Review                                 | NA |
| 9  |                                                                | NA |
| 10 | Marka Yönetiminde Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve yöntemleri | NA |
| 11 | İletişim Stratejileri                                          | NA |
| 12 | Ara Sınav 2                                                    | NA |
| 13 | Küreselleşme ve marka iletişimi                                | NA |
| 14 | Marka iletişiminde yaratıcı düşünme                            | NA |
| 15 | Final                                                          | NA |
| 16 |                                                                |    |

## Değerlendirme Sistemi

| Etkinlikler                                  | Sayı | Katkı Payı |
|----------------------------------------------|------|------------|
| Devam/Katılım                                |      |            |
| Laboratuvar                                  |      |            |
| Uygulama                                     |      |            |
| Arazi Çalışması                              |      |            |
| Derse Özgü Staj                              |      |            |
| Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği                |      |            |
| Ödev                                         |      |            |
| Sunum/Jüri                                   |      |            |
| Projeler                                     |      |            |
| Seminer/Workshop                             |      |            |
| Ara Sınavlar                                 | 2    | 30         |
| Final                                        | 1    | 40         |
| Dönem İçi Çalışmaların Başarı Notuna Katkısı |      | 30         |
| Final Sınavının Başarı Notuna Katkısı        |      | 40         |
| TOPLAM                                       |      | 70         |

## AKTS İşyükü Tablosu

| Etkinlikler                   | Sayı | Süresi (Saat) | Toplam İşyükü |
|-------------------------------|------|---------------|---------------|
| Ders Saati                    | 12   | 3             | 36            |
| Laboratuvar                   |      |               |               |
| Uygulama                      |      |               |               |
| Arazi Çalışması               |      |               |               |
| Sınıf Dışı Ders Çalışması     |      |               |               |
| Derse Özgü Staj               |      |               |               |
| Ödev                          | 3    | 8             | 24            |
| Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği |      |               |               |
| Projeler                      |      |               |               |
| Sunum / Seminer               |      |               |               |

|                                                     |     |    |      |
|-----------------------------------------------------|-----|----|------|
| Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi) | 2   | 9  | 18   |
| Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)        | 1   | 12 | 12   |
| <b>Toplam İşyükü</b>                                |     |    | 90   |
| <b>Toplam İşyükü / 30(s)</b>                        |     |    | 3.00 |
| <b>AKTS Kredisi</b>                                 |     |    | 3    |
| Diğer Notlar                                        | Yok |    |      |