



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 SÜRMEİ
---------------------	--------------

Dersi Veren(ler)	Kader SÜRMEİ
------------------	--------------

Asistan(lar)ı	
---------------	--

Dersin Amacı	Öğrencilerin, marka kavramını daha geniş bir biçimde değerlendirerek marka yapılandırma konusunda gerekli olan stratejik bilgileri edinmeleri ve markanın üründen 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	Küreselleşmeve marka iletişimi	NA
14	Marka iletişimindeyaratıcı 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
Toplam İşyükü			90
Toplam İşyükü / 30(s)			3.00
AKTS Kredisi			3
Diğer Notlar	Yok		