



ÇANKAYA ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
HİR 305- STRATEJİK MARKA ÇÖZÜMLERİ
Ders İzlenesi

Ders Adı <i>Bu bilgi, sadece matbu kataloglarda ve İnternet katalogunda gözükecektir.</i>	
Bölüm Adı	HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK
Dersin Kodu	HİR 305-STRATEJİK MARKA ÇÖZÜMLERİ
Dersin Veriliş Biçimi	Sözlü Anlatım ve Dijital Sunum
Dersin Sorumlu Öğretim Elemanı	Doç. Dr. Z. İnci KARABACAK
Öğretim Elemanı İletişim Bilgisi	zincikarabacak@cankaya.edu.tr
Ders Günü/Saati ve Sınıfı	Perşembe / 09:20-12:10

Dersin Tanımı <i>Dönem boyunca kapsadığı konular hakkında kısa bir bilgi veriniz. Bu bilgi, matbu kataloglarda ve İnternet katalogunda gözükecektir. Maksimum 60 kelime.</i>
Sektörlere göre marka yönetim stratejileri, rekabet politikaları, ulusal ve uluslararası marka olma koşulları, hedef kitle ihtiyaç ve beklentilerinin belirlenmesi, marka-hedef kitle ilişki sürecinin yönetilmesi, stratejik marka analizi (müşteri analizi, rakip analizi, içsel analiz), ulusal/uluslararası ölçekli markaların stratejik marka çözümleri dersin genel içeriğini oluşturmaktadır.

Dersin Amacı
Marka Yönetim Stratejileri konusunda öğrencilere teorik alt yapı kazandırmak. Ulusal ve uluslararası kişi, kurum ve marka örnekleri üzerinden marka yönetim stratejilerini incelemek. Stratejik marka çözümleri aracılığıyla öğrencilerin marka yönetim stratejilerini analiz ve değerlendirme becerisi kazanmalarını sağlamak.

Ders Kitabı (Kitapları) <i>Ders kitabını veya kitaplarını ve varsa, diğer ilgili ders materyallerini sıralayınız.</i>				
Yazar (lar)	Kitabın Adı	Yayın Evi	Yayın Yılı	ISBN
David A. Aaker	Güçlü Markalar Yaratmak 	MediaCat Kitapları	2013	9786055755164
Mürsel Ferhat Sağlam	Stratejik Marka Yönetimi 	Dikeyksen	2017	
Işıl Karpat Aktuğlu	Marka Yönetimi: Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler	İletişim	2016	9750514947
Sefer Gümüş	Pazarlamada Marka Stratejileri	Hiperlink	2013	

Yardımcı Kitap (lar) <i>Eğer varsa, Yardımcı kitapları, ek materyal olarak sıralayınız.</i>

Yazar (lar)	Kitap Adı	Yayın Evi	Yayın Yılı	ISBN
Sezai Kara Arif Ayluçarhan	Şirket Analizleri: Migros Ticaret A.Ş.		2015	
Uğur Batı	Marka Yönetimi: Vazgeçme Çağında Yüksek Sadakat Markaları Yaratmak	Alfa	2015	

DERSE DEVAM

Çankaya Üniversitesi Ön Lisans, Lisans Eğitim Öğretim Yönetmeliği Madde 24 4/c bendinde belirtildiği üzere: “Devam zorunluluğunu yerine getirmeyen öğrenci, yarıyıl sonu sınavlarına alınmaz. Bu durumda olup da derslerin sınavlarına giren öğrencinin sınavı geçersiz sayılır.”

Haftalık Ayrıntılı Ders İçeriği <i>Her bir haftayı içeren konuları sıralayınız.</i>	
Hafta	Konu (lar)
1	Giriş ve Dersin (Amaç, Kapsam, Gereklilikler, Kaynaklar, Akış) Tanıtımı Marka Kavramı
2	Marka Unsurları
3	Marka Yönetimi ve Marka Stratejileri
4	Stratejik Marka Analizi: Müşteri Analizi, Rakip Analizi, İçsel Analiz
5	Stratejik Marka Analizi: Örnek Marka Analizleri
6	Stratejik Marka Analizi: Örnek Marka Analizleri
7	Vize
8	Öğrenci Sunumları
9	Öğrenci Sunumları
10	Öğrenci Sunumları
11	Öğrenci Sunumları

¹ Dersin öğretim elemanı ders akışında güncellemeler yapabilir.

12	Öğrenci Sunumları
13	Stratejik Marka Analizi: Örnek Marka Analizleri
14	Genel Değerlendirme

Ölçme Yöntemi

Dönem sonu notlarının önemi hakkında fikir verecek olan ölçme yöntemlerini ve yüzdeler katkılarını listeleiniz.

Yöntem	Adet	Katkı (%)	Açıklama	Adet	Katkı (%)	Yöntem	Adet	Katkı (%)
Vize	1	30 %	Proje Teslim					
Sunum	1	30 %	Sözlü ve Dijital Sunum					
Final	1	40%	Final Ödevi					