



Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Uluslararası Ticaret ve Lojistik

UTL4212 Küresel Marka Yönetimi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
8	UTL4212	Küresel Marka Yönetimi	3	3	4
Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü	
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli	
Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları	
Uluslararası Ticaret ve Lojistik		Doç.Dr. Özer YILMAZ	Doç.Dr. Özer YILMAZ	Yok	

Dersin Amacı :

Günümüzün küresel ve rekabetin üst düzeyde olduğu piyasa koşullarında markalaşma ve marka stratejisi geliştirme'nin önemi anlatılarak öğrencilerimizin mesleki yaşamlarında markalaşmaya gereken önemi vermeleri sağlanmaya çalışılacaktır. Bu dersle, öğrencilerimizin ileride bulundukları sektörlerde rekabet gücüne sahip, tüketici beklentileri doğrultusunda hareket edebilen ve müşterileri tarafından aranan markalar haline gelebilmeleri için uygun bilgi ve becerinin aktarılması amaçlanmaktadır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Küresel anlamda marka yaratma stratejileri

Dersin Kaynakları

Kaynakları KOTLER, Philip, Waldemar PFOERTSCH; "B2B Marka Yönetimi". MediaCat Yayınları, yüz yüze yazılı sınavlar, ödevler

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	:
	: 100		

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Modern Pazarlamanın Gelişimi, Marka Kavramına Giriş		Anlatım
2	Markanın Yapısı ve Marka Türleri		Anlatım
3	Marka İle İlgili Kavramlar, Marka Kişiliği, Marka İmajı, Marka Tercihi, Marka Sadakati		Anlatım
4	Marka Değeri, Öz-Marka Değeri, Öz Marka Mesajı, Marka İkonları(Görsel, Ses, Dokunsal, Koku, Lezzet), Marka Denkliği, Markalaşma Süreçleri		Anlatım
5	Marka Yönetimi Kavramı ve Önemi, Marka Yönetimi Süreci, Marka Yöneticisi		Anlatım
6	Marka Yönetiminde Çevresel Koşullar (Pazar Yapısı, Rekabet Koşulları, Tüketici Yapısı)		Anlatım
7	Küreselleşme ve Marka İlişkisi		Anlatım
8	Marka Yönetiminde Çevresel Koşullar ...Teknolojik Gelişmeler ve Marka Yönetimi, Yeni Pazarlama Anlayışları		Anlatım
9	Marka Stratejisinin Belirlenmesi (Temel Marka Stratejisi, Marka Konumlandırma, Örnek Marka Konumlandırmaları)		Anlatım
10	Konumlandırma		Anlatım
11	Marka-Tüketici Etkileşimi, Rakip Marka Analizleri, Marka İçin SWOT Analizi, Marka Yol Haritası Oluşturma		Anlatım
12	Marka Tanıtımı ve Bilinirliği, Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve Marka (Reklam-Halkla İlişkiler- ..		Anlatım
13	Müşteri İlişkileri Yönetimi- Sosyal Sorumluluk		Anlatım
14	Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve Marka		Anlatım

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	. Marka ve etkin marka yönetiminin sağlayacağı yararların farkında olunması
Ö02	Değişen piyasa koşullarına adapte olabilen ve rekabet koşulları çerçevesinde marka yönetimini etkin bir şekilde gerçekleştirebilen yetkinliklere sahip olunması
Ö03	Marka yaratılmasının ardından korunmasının yol ve yöntemlerinin öğrenilmesi
Ö04	Marka yaratma süreçleri ile ilgili gereken teorik ve yasal bilginin sahibi olunması

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Stratejik Düşünme: Öğrenciler, iş dünyasındaki değişen koşulları analiz edebilen ve stratejik planlar oluşturabilen becerisi kazanır.
P05	Sürdürülebilirlik ve Teknolojik Uygulamalar: Öğrenciler, lojistik ve ticaret operasyonlarını sürdürülebilir ve teknoloji odaklı bir şekilde yönetme yeteneği kazanır. Bu, sürdürülebilirlik ilkelerini anlama, yeşil lojistik uygulamalarını benimseme ve son teknolojileri kullanarak iş süreçlerini optimize etme yeteneğini içerir.
P07	Ulusal ve Uluslararası İletişim: Öğrenciler, farklı kültürler ve diller arasında etkili iletişim kurma yeteneği geliştirir. Bu, ulusal ve uluslararası iş dünyasında başarılı iletişim için kritik bir yeterliliktir.
P09	Veri Analizi: Öğrenciler, büyük veri ve analitik araçlarını kullanarak iş süreçlerini iyileştirme ve veriye dayalı kararlar alma yeteneğini geliştirir.
P08	Risk Yönetimi: Öğrenciler, ticaret ve lojistik operasyonlarında karşılaşılan riskleri tanımlama, analiz etme ve etkili bir şekilde yönetme yeteneği kazanır.
P10	İşbirliği ve Ekip Çalışması: Öğrenciler, çok kültürlü ekiplerde çalışma yeteneği kazanır ve işbirliği içinde karmaşık projeleri yönetme yeteneğini içerir.
P01	Küresel Sorumluluk: Öğrenciler, küresel ticaretin etik ve sürdürülebilir boyutlarına duyarlılık geliştirir ve bu sorumlulukla küresel ekonomik ve sosyal sorunları anlama yeteneği kazanır.
P04	Kültürel Farkındalık: Öğrenciler, kültürel çeşitliliği anlama ve küresel pazarlarda etkili iletişim ve işbirliği kurma yeteneği geliştirir.
P03	Etik Liderlik: Öğrenciler, iş dünyasında etik liderler olarak hareket etme yeteneği kazanır. Bu, toplumsal değerlere saygılı bir şekilde kararlar alabilme ve iş etiği konularında hassaslık gösterme becerisi içerir.
P02	Yaratıcı Çözümleme: Öğrenciler, lojistik ve ticarette karşılaşılan karmaşık sorunları analiz etme ve yaratıcı, etkili çözümler üretme becerisi geliştirir.



<https://obs.bandirma.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=750298&lang=tr&curProgID=5237>

Değerlendirme Ölçütleri			AKTS Hesaplama İçeriği			
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı	Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ara Sınav	1	%40	Ders Süresi	14	3	42
Kısa Sınav	0	%0	Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	3	42
Ödev	0	%0	Ödevler	0	0	0
Uygulama	0	%0	Sunum/Seminer Hazırlama	1	14	14
Proje	0	%0	Ara Sınavlar	1	14	14
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60	Uygulama	0	0	0
Sözlü sınav	0	%0	Laboratuvar	0	0	0
Portfolyo	0	%0	Proje	0	0	0
Laboratuvar	0	%0	Yarıyıl Sonu Sınavı	1	14	14
Atölye	0	%0	Toplam İş Yüğü			126
Arazi Çalışması	0	%0	AKTS Kredisi			4
Seminer	0	%0				
Sunum	0	%0				
Bitirme çalışması	0	%0				

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları



www.bandirma.edu.tr



Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayı	Katkı
Tez	0	%0
Toplam		%100

--

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

