

General Info

Objectives of the Course

Understanding the management process by all means.

Course Contents

The basic concepts and principles of management; the functions of planning, organising, staffing, directing, controlling, as related to management practices, i.e., leadership, motivation, communication and representation. Management of an enterprise in a modern environment.

Recommended or Required Reading

Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Interactive presentation and explanation supported by slides. Question-answer format.

Recommended Optional Programme Components

Preparation and presentation of a brand design assignment (logo, emblem, name, color, story, mascot) for a product determined by students.

Instructor's Assistants

Öğr. Gör. Dr. Züleyha GÖKÇE IŞIKHAN

Presentation Of Course

Subject explanation and discussion

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Dr. Züleyha Gökçe Işıkhhan

Program Outcomes

1. Discuss the basic concepts of brand management.
2. Will be able to manage the brand.
3. It decides on the factors that can increase the success of brand management processes.
4. Analyzes the difficulties encountered in the brand management process.
5. Plans brand management in the globalizing market.

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 11-26.	Explanation in the form of mutual question and answer.	What is a Brand?	
2	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 27-44.	Explanation in the form of mutual question and answer.	Brand-Related Concepts	
3	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 45-50.	Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	The Concept and Emergence of Brand Management	
4	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 51-64.	Explanation in the form of mutual question and answer.	The Importance and Principles of Brand Management	
5	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 65-78.	Explanation in the form of mutual question and answer.	Brand Management and Its Duties	
6	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 79-92.	Explanation in the form of mutual question and answer.	Brand Management Process	
7	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 93-101.	Mutual question-answer format	Environmental Conditions in Brand Management I	
8			Midtern exam	
9	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 115-121.	Explanation in the form of mutual question and answer.	Determining Brand Strategies I	
10	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 122-132.	Explanation in the form of mutual question and answer.	Determining Brand Strategies II	
11	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 133-145.	Explanation in the form of mutual question and answer.	Determining Brand Decisions I	
12	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 146-152.	Explanation in the form of mutual question and answer.	Determining Brand Strategies II	
13	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 153-168.	Explanation in the form of mutual question and answer.	Promoting the Brand I: Integrated Marketing Communications	
14	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 169-196.	Explanation in the form of mutual question and answer.	Promoting the Brand II: Communication and Sales Tools	
15	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 197-218.	Explanation in the form of mutual question and answer.	Research and Measurement in Brand Management	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Derse Katılım	14	2,00
Ödev	7	1,00
Proje	10	1,00
Ara Sınav Hazırlık	7	1,00
Vize	1	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	2,00
Final	1	1,00
Ev Ödevi	6	2,00
Vaka Çalışması	5	2,00

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü / ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETLERİ X Learning Outcome Relation

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14	P.O. 15	P.O. 16	P.O. 17	P.O. 18	P.O. 19
L.O. 1	5																		
L.O. 2				5															
L.O. 3					5														
L.O. 4	5																		
L.O. 5					5														

Table :

- P.O. 1 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanında temel düzeyde bilgilere sahiptir.
- P.O. 2 :** Karar, uygulama ve davranışlarında Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin edindiği bilgileri kullanma becerisine sahiptir.
- P.O. 3 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.
- P.O. 4 :** Kendisine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirir.
- P.O. 5 :** Uygulamada karşılaşılan ya da öngörülemez sorunlar için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.O. 6 :** Edindiği bilgi ve becerileri eleştirel olarak değerlendirir.
- P.O. 7 :** Öğrenme gereksiniminin sürekliliğini kavradığını gösterir.
- P.O. 8 :** Öğrenme gereksinimlerine yönelik programlara katılıma açık olur.
- P.O. 9 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
- P.O. 10 :** Çalışma arkadaşlarına yardıma yatkındır.
- P.O. 11 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
- P.O. 12 :** Atatürk İlke ve İlkelerini bilir ve bunlara sahip çıkar.
- P.O. 13 :** Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar.
- P.O. 14 :** Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde İngilizce kullanarak çağrı merkezi hizmetleri alanındaki bilgileri izleyebilir.
- P.O. 15 :** Örgüt/Kurum, iş ve toplumsal etik değerlere uygun davranır.
- P.O. 16 :** Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.
- P.O. 17 :** Değişime ve yeniliğe açıktır.
- P.O. 18 :** Temel matematiksel kavramları bilir ve problem çözümlerinde kullanır.
- P.O. 19 :** Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.
- L.O. 1 :** Marka yönetimi ile ilgili temel kavramları tartışabilecektir.
- L.O. 2 :** Marka yönetebilecektir.
- L.O. 3 :** Marka yönetimi süreçlerinin başarısını arttırabilecek faktörlere hüküm verir.

L.O. 4 : Marka yönetimi sürecinde karşılaşılan güçlükleri analiz eder.

L.O. 5 : Küreselleşen pazarda marka yönetimini planlar.

BÜRO HİZMETLERİ VE SEKRETERLİK / ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETLERİ X Learning Outcome Relation

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14	P.O. 15	P.O. 16	P.O. 17	P.O. 18	P.O. 19
L.O. 1	5																		
L.O. 2			5																
L.O. 3				5															
L.O. 4	5																		
L.O. 5				5															

Table :

P.O. 1 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanında temel düzeyde bilgilere sahiptir.

P.O. 2 : Karar, uygulama ve davranışlarında Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin edindiği bilgileri kullanma becerisine sahiptir.

P.O. 3 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.

P.O. 4 : Kendisine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirir.

P.O. 5 : Uygulamada karşılaşılan ya da öngörülemez sorunlar için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.

P.O. 6 : Edindiği bilgi ve becerileri eleştirel olarak değerlendirir.

P.O. 7 : Öğrenme gereksiniminin sürekliliğini kavradığını gösterir.

P.O. 8 : Öğrenme gereksinimlerine yönelik programlara katılıma açık olur.

P.O. 9 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.

P.O. 10 : Çalışma arkadaşlarına yardıma yatkındır.

P.O. 11 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.

P.O. 12 : Atatürk İlke ve İlkelerini bilir ve bunlara sahip çıkar

P.O. 13 : Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar.

P.O. 14 : Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde İngilizce kullanarak çağrı merkezi hizmetleri alanındaki bilgileri izleyebilir.

P.O. 15 : Örgüt/Kurum, iş ve toplumsal etik değerlere uygun davranır.

P.O. 16 : Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.

P.O. 17 : Değişime ve yeniliğe açıktır.

P.O. 18 : Temel matematiksel kavramları bilir ve problem çözümlerinde kullanır.

P.O. 19 : Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.

L.O. 1 : Marka yönetimi ile ilgili temel kavramları tartışabilecektir.

L.O. 2 : Marka yönetebilecektir.

L.O. 3 : Marka yönetimi süreçlerinin başarısını arttırabilecek faktörlere hüküm verir.

L.O. 4 : Marka yönetimi sürecinde karşılaşılan güçlükleri analiz eder.

L.O. 5 : Küreselleşen pazarda marka yönetimini planlar.