

İndirilme Tarihi

08.09.2026 21:23:13

GCM203 - MARKA YÖNETİMİ - Gülşehir Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu - Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Öğütlerin başarılı olmalarında ve rekabet üstünlüğü sağlamalarında çok önemli faktör olan yönetimin tüm yönleriyle kavranması.

Dersin İçeriği

Yönetim ve ilgili kavramlar, yeni yönetim yaklaşımı, yönetimin işlevleri, yönetimde gerekli bilgi ve becerilerin kazandırılması.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

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

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Slaytlar ile desteklenen interaktif sunum ve anlatım. Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrenciler tarafından belirlenen bir ürün için marka tasarımıödevinin hazırlanması (logo, amblem, isim, renk,hikaye, maskot) ve sunulması

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğr. Gör. Dr. Züleyha GÖKÇE IŞIKHAN

Dersin Verilişi

Konu anlatımı ve tartışma.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Dr. Züleyha Gökçe Işıkhan

Program Çıktısı

1. Marka yönetimi ile ilgili temel kavramları tartışabilecektir.
2. Marka yönetebilecektir.
3. Marka yönetimi süreçlerinin başarısını arttırabilecek faktörlere hüküm verir.
4. Marka yönetimi sürecinde karşılaşılan güçlükleri analiz eder.
5. Küreselleşen pazarda marka yönetimini planlar.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 11-26.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Marka nedir?	
2	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 27-44.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Marka ile ilgili kavramlar	
3	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 45-50.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Marka yönetimi kavramı ve ortaya çıkışı	
4	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 51-64.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Marka yönetiminin önemi ve ilkeleri	
5	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 65-78.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Marka yöneticiliği ve görevleri	
6	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 79-92.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Marka yönetimi süreci	
7	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 93-101.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım	Marka yönetiminde çevresel koşullar I	
8				Ara sınav	
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.	Marka stratejilerinin belirlenmesi I	
10	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 122-132.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Marka stratejilerinin belirlenmesi II	
11	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 133-145.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Marka kararlarının belirlenmesi I	
12	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 146-152.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Marka stratejilerinin belirlenmesi II	
13	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 153-168.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Markayı tanıtmak I: bütünsel pazarlama iletişimi	
14	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 169-196.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Markayı tanıtmak II: iletişim ve satış araçları	
15	Aktuğlu, I. K. (2016). Marka yönetimi: Güçlü ve başarılı markalar için temel ilkeler. İletişim Yayınları, 197-218.		Karşılıklı soru-cevap şeklinde anlatım.	Marka yönetiminde araştırma ve ölçümleme	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
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

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

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

Tablo :

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