

Dersin Adı		Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Ürün Stratejisi ve Marka Yönetimi		5274716	1	3-0	3	6
Ön koşul Dersler						
Dersin Dili	Türkçe					
Dersin Türü	Seçmeli					
Dersin Koordinatörü						
Dersi Verenler						
Dersin Yardımcıları						
Dersin Amacı	Ürün stratejisi, marka ve marka stratejisi ve yönetiminin benimsenmesi ve işletmecilik uygulamalarında kullanımı.					
Dersin Öğrenme Kazanımları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Ürün ve marka ile ilgili kavramları tanımlar. 2. Ürün hiyerarşisi, ürün sınıflandırması, ürün stratejileri kavram ve konularını açıklar. 3. Yeni ürün geliştirme çalışmalarına katkı sağlayabilirler, bu konulardaki projeleri yürütür. 4. Marka, Marka adı, Marka stratejilerini uygulama yeteneği kazanabilecek, stratejik marka yönetimi çalışmalarına katkı sağlar. 5. Ürün ve marka pazarlama planları oluşturabilme konularında inisiyatif alır. 6. Paketleme, dağıtım, tutundurma çalışmaları yapabilirler, bu konularda sorumluluk üstlenir.					
Dersin İçeriği	Rekabetçi farklılaştırma araçları, konumlandırma stratejileri, yeni ürün geliştirme süreci, tüketici benimseme süreci, ürün yaşam süreci ve ürün yaşam süreci stratejileri, pazar liderleri, takipçiler, izleyiciler ve küçük pazar bölümlerine hizmet edenler için pazarlama stratejileri ve başarılı marka örnekleri ele alınmaktadır.					
Haftalar	Konular					
1	Rekabetçi farklılaştırma araçları					
2	Konumlandırma stratejileri					
3	Yeni ürün geliştirme süreci					
4	Tüketici benimseme süreci					
5	Ürün yaşam süreci ve ürün yaşam süreci stratejileri					
6	Pazar liderleri, takipçiler, izleyiciler ve küçük pazar bölümlerine hizmet edenler için pazarlama stratejileri					
7	Ara Sınav					
8	Ürün, ürün karması ve ürün hattı kararları					
9	Ambalajlama ve etiketleme kararları					
10	Marka, marka adı, marka imajı					
11	Marka kimliği, marka sembolü/ayırmaç, slogan					
12	Marka değeri, marka denkliği					
13	Markalama stratejileri					
14	Başarılı marka örnekleri ve marka hikayeleri					
Genel Yeterlilikler						
1. Ürün stratejisi, ürün yaşam süreci, yeni ürün geliştirme süreci, marka, marka stratejileri ve markalaşma çabalarının öğrenilmesi ve uygulanmasında yeterlilik						
Kaynaklar						
Batı, Uğur. (2017). <i>Marka Yönetimi</i> . İstanbul: Alfa Yayınları Gümüş, S. ve Biçer A. (2016). <i>Yeni Ürün Fikirlerinin Belirlenmesinde Kullanılan Yöntemler</i> . İstanbul: Hiperlink.						
Değerlendirme Sistemi						
Ara Sınav: %40 Final: %60						

	PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU														
	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖK1	5	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	5	5
ÖK2	5	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	5	5
ÖK3	5	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	5	5
ÖK4	5	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	5	5
ÖK5	5	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	5	5
ÖK6	5	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	5	5
ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
Ürün Stratejisi ve Marka Yönetimi	5	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	5	5