

Bilgisayar Teknolojisi (İÖ)			
Önlisans	TYYÇ: 5. Düzey	QF-EHEA: Kısa Düzey	EQF-LLL: 5. Düzey

Ders Genel Tanıtım Bilgileri

Ders Kodu:	UNI067		
Ders İsmi:	Beslenmede Markalaşma		
Ders Yarıyılı:	Bahar		
Ders Kredileri:	AKTS 5		
Öğretim Dili:	Türkçe		
Ders Koşulu:			
Ders İş Deneyimini Gerektiriyor mu?:	Hayır		
Dersin Türü:	Üniversite Seçmeli		
Dersin Seviyesi:	Önlisans TYYÇ:5. Düzey QF-EHEA:Kısa Düzey EQF-LLL:5. Düzey		
Dersin Veriliş Şekli:	E-Öğrenme		
Dersin Koordinatörü:	Dr. YALÇIN YAMAN DURUSOY		
Dersi Veren(ler):	Dr. YALÇIN YAMAN DURUSOY		
Dersin Yardımcıları:			

Dersin Amaç ve İçeriği

Dersin Amacı:	Gıda markalaşması, bir gıda ürünü veya markası için onu rakiplerinden ayıran ve hedef kitlesiyle bağlantı kuran benzersiz bir kimlik yaratmakla ilgilidir. Gıda markalamanın amacı, müşterilerle duygusal bir bağ kurarken, öne çıkmak ve akılda kalıcı olmaktır.
Dersin İçeriği:	Ders, hazırlanan kitapçıktan anlatılacak ve takip edilecektir. Genel olarak sınıf ortamında Soru-Cevap-Tartışma ile çalışılacak ve "Derse Katılım ZORUNLU". Dersten geçme puan ortalaması "60" olacaktır.

Öğrenme Kazanımları

Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler;

- 1) Eleştirel düşünme kavramı kapsamında çok boyutlu algılayabilir
- 2) Yüyecek ve beslenme sektörünün dinamiklerini anlar
- 3) Beslenme sektöründe uygulayabileceği önemli pazarlama tekniklerini anlar

Ders Akış Planı

Hafta	Konu	Ön Hazırlık
1)	Marka ve Markalaşma Kavramları	
2)	Marka ve pazarlama ilişkisi	
3)	Marka yönetimi ve beslenme sektörü ilişkisi	
4)	Pazar araştırması ve teknikleri	
5)	Marka yönetiminde konumlandırma	
6)	Kurum Kimliği ve Marka Genişletme	
7)	Değerlendirme	
8)	Ara sınav	
9)	Marka Yaratmak	
10)	Marka hikayeleri	
11)	Marka Kimliği ve Marka İmajı	
12)	Brand Value	
13)	Beslenmede markalaşma başarısızlık örnekleri	
14)	Genel tekrar	
15)	Final Haftası	
16)	Final haftası	

Kaynaklar

Ders Notları / Kitaplar:	Öğretim üyesinin hazırladığı notlar Lecturer's notes

Diğer	Mirze, K., (2010), İşletme, Literatür Yayınları, İstanbul
Kaynaklar:	Akdemir, A., (2012), İşletmeciliğin Temel Bilgileri, Ekin Yayıncılık, Bursa Çavuşoğlu. B.,(2011), Marka Yönetimi ve Pazarlama Stratejileri, Nobel Yayın, Ankara Gümüş. S., Saraç. P., (2013), Pazarlamada Markalaşma Stratejileri, Hiperlink, İstanbul

Ders - Program Öğrenme Kazanım İlişkisi

Course Learning Outcomes	1	2	3
Program Kazanımları			

Ders - Öğrenme Kazanımı İlişkisi

Etkisi Yok	1 En Düşük	2 Orta	3 En Yüksek

Dersin Program Kazanımlarına Etkisi	Katkı Payı
-------------------------------------	------------

Ölçme ve Değerlendirme

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Aktivite Sayısı	Katkı Payı
Ara Sınavlar	1	% 40
Final	1	% 60
Toplam		% 100
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARININ BAŞARI NOTU KATKISI		% 40
YARIYIL SONU ÇALIŞMALARININ BAŞARI NOTUNA KATKISI		% 60
Toplam		% 100

İş Yüğü ve AKTS Kredisi Hesaplaması

Aktiviteler	Aktivite Sayısı	Aktiviteye Hazırlık	Aktivitede Harçanan Süre	Aktivite Gereksinimi İçin Süre	İş Yüğü
Ders Saati	14	1	2		42
Ara Sınavlar	1	15	1		16
Final	1	25	1		26

