



## YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ DIŞA AÇIK DERSLER KOORDİNATÖRLÜĞÜ

**Okul/Fakülte:** SAĞLIK BİLİMLERİ FAKÜLTESİ

**Bölüm/Program:** BESLENME VE DİYETETİK - TÜRKÇE

---

<b>Ders Dili:</b>	Türkçe	<b>Ders Kodu:</b>	BES403		
<b>Ders Türkçe İsmi:</b>	MESLEKTE MARKA YARATMAK				
<b>Ders İngilizce İsmi:</b>	PERSONAL BRANDING STRATEGIES				
<b>Dersi Verecek:</b>	Uzm. Nur TALUY				
<b>Dersin Türü:</b>	SEÇMELİ	<b>Dersin Seviyesi:</b>	LİSANS		
<b>Yıl</b>	4	<b>Semester</b>	7	<b>Dönem:</b>	7
<b>Ders Kredisi:</b>	2	<b>AKTS Kredisi:</b>	2	<b>Ders İşleme Biçimi:</b>	YÜZ YÜZE
<b>Teori(saat/hafta):</b>	2,00	<b>Uygulama(saat/hafta):</b>	0,00	<b>Laboratuvar(saat/hafta):</b>	0,00

**Dersin İçeriği:** Bir ürün yada hizmeti tanımlamaya ve benzerlerinden ayırt etmeye yarayan markanın yaratılması sürecinde işlev gören tüm öğelerin ele alındığı bu derste, meslek hayatında diğerlerinden ayrışabilmenin önemi vurgulanmakta ve kişisel marka yaratabilme ve yönetme stratejilerinin öğretilmesi ile öğrencilere kişisel gelişim kazandırmayı amaçlanmaktadır. Derste marka kavramı anlatılacak olup, marka yaratma süreci, marka ismi oluşturma, marka yaratma stratejileri, kişisel marka yaratma süreci ve stratejileri ile logo oluşturma detaylıca incelenecek ve doğru özgeçmiş yazma teknikleri öğretilecektir.

**Öğrenme Kazanımları:** İlgili kavramları/kuramları anlayabilecek  
İlgili kavram/kuramların geçerliliğini tartışabilecek  
İlgili kavram/kuramların, gerçek hayattaki muhtemel uygulamalarını tartışabilecek ve öneriler sunabilecek  
İlgili kavram/kuramları gerçek hayata/verilen diğer durumlara/vakalara uygulayabilecek  
İlgili kavram/kuramların gerçek hayatta var olan uygulamalarını eleştirel olarak analiz edebilecek  
Farklı kavram ve kuramları kendi özgün yaklaşımlarını yaratılmak için sentezleyebilecek  
İlgili kavramlarla ilgili özgün bir yaklaşım geliştirebilecek  
Sunum(lara)a hazırlık  
Verilen ölçütlere göre kendi çalışmalarını değerlendirebilecek  
Verilen ölçütlere göre arkadaşlarının çalışmalarını değerlendirebilecek  
Yeni yaklaşım geliştirebilecek/yaratabilecek  
Verilen çalışmayı bağımsızca yürütebilecek  
Verilen bir çalışma üzerinde grup halinde çalışabilecek  
İlgili kavramları sayabilecek ve açıklayabilecek  
Öğrenmenin değerini takdir edecek  
Hedeflenen becerileri geliştirebilecek

**Dersin Amaçları:**

	<p>Belirlenen kavram(ları) açıklamak/anlatmak İlgili kavram(lar)la alakalı farkındalık yaratmak ve bunu geliştirmek. Belirlenen kavram(lar)ın geçerliliğini tartışmak. Seçilen/belirlenen becerileri geliştirmek Seçilen konuların derinlemesine/detaylı bir şekilde incelemek Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerin var olan bilgilerini geliştirmek Seçilen kavramlar bağlamında öğrencilerin fikirlerini/bilgilerini/kavrayışlarını geliştirmek Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerle var olan bilgilerini yenilemek Yeniliği teşvik etmek Eleştirel düşüncüyü geliştirmek</p>
<b>Öğrenci İş Yüğü:</b>	<p>Derse hazırlık Ders saatleri Final sınavı Final sınavına hazırlık Sınıf içi tartışma(lar) Ödev(ler) Ders planlama Materyal uyarlama Taslak hazırlama</p>
<b>AKTS Formülü:</b>	60:30= 2
<b>Kaynaklar:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Aktuđlu, I. K. (2004). Marka Yönetimi, İletişim Yayınları,</li> <li>•Ries, A. Ries, L (2000).Marka Yaratmanın 22 Kuralı, MediaCat Yayınları,</li> <li>•Duffy, N. (2005) Aşkla Yaratılan Markalar, MediaCat,</li> <li>•Erdil, T. S. ve Uzun, Y. (2009). Marka Olmak, Beta Yayınları,</li> <li>•Uztuđ, F. (2003). Markan Kadar Konuş, Marka İletişimi Stratejileri, MediaCat Yayınları,</li> <li>•KOTLER,P. ve ARMSTRONG, G., (2004) Principles of Marketing, Prentice Hall Inc.,</li> </ul>
<b>Deđerlendirme:</b>	<p>Öđrencilerden ara sınav yerine bir ödev teslimi istenecek olup ödevin ağırlığı %30 dur. Derse katılım, ders içiödev ve tartışmalar ve öğrencinin genel ilgisinin ağırlığı %20 dir. Final sınavı yazılı yoklama olarak yapılacaktır ve ağırlığı %50 dir.</p>
<b>İşe Yerleştirme(Staj):</b>	
<b>Ön Koşul Ders Kodları:</b>	
<b>1. Hafta (19 – 23 Eylül)</b>	Marka Kavramı ve Tanımı
<b>2. Hafta (26 – 30 Eylül)</b>	Ürün ve Marka Ayrımı
<b>3. Hafta (3 – 7 Ekim)</b>	Marka Yaratma Sürecinin Temel Ögeleri
<b>4. Hafta (10 – 14 Ekim)</b>	Marka Yaratma ve Yönetme Stratejileri
<b>5. Hafta (17 – 21 Ekim)</b>	Marka Yaratma ve Yönetme Stratejileri
<b>6. Hafta (24 – 28 Ekim)</b>	Marka İsmi Oluşturma Stratejileri
<b>7. Hafta (31 - 4 Kasım)</b>	Ara sınav haftası
<b>8. Hafta (7 - 11 Kasım)</b>	Logo oluşturma
<b>9. Hafta (14 – 18 Kasım)</b>	Logo oluşturma sınıf çalışması
<b>10. Hafta (21 – 25 Kasım)</b>	Kişisel Marka Yaratma
<b>11. Hafta (28 - 2 Aralık)</b>	Kişisel Marka Yaratma Stratejileri
<b>12. Hafta (5 – 9 Aralık)</b>	Uzun ve kısa vadeli hedefleri belirleme

<b>13. Hafta (12 -16 Aralık)</b>	CV oluşturma
<b>14. Hafta (19 - 23 Aralık)</b>	CV oluşturma sınıf çalışması
<b>15. Hafta (24 – 30 Aralık)</b>	FİNAL SINAVLARI HAFTASI
<b>16. Hafta</b>	
<b>17. Hafta</b>	
<b>18. Hafta</b>	
<b>19. Hafta</b>	
<b>20. Hafta</b>	
<b>21. Hafta</b>	
<b>22. Hafta</b>	
<b>23. Hafta</b>	
<b>24. Hafta</b>	
<b>25. Hafta</b>	
<b>26. Hafta</b>	
<b>27. Hafta</b>	
<b>28. Hafta</b>	

---