

Eğitim Kurumlarında Marka ve İmaj Yönetimi

Prof. Dr. Ercan YILMAZ

E-DERS İZLENESİ

Dersin Adı	Eğitim Kurumlarında Marka ve İmaj Yönetimi
Üniversite Adresi/ Bilgileri	Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Dersin web sitesi	https://eogrenme.erbakan.edu.tr
Ders Kodu	UÖTÖLY501
Ders hakkında bilgi	Marka kimliğinin oluşturulması, aşamaları, marka değeri ve marka kimliği ilişkisi, marka değerini oluşturan unsurlar, markaların iletişim yönetiminin planlanması kurum tarihi: kurumsal strateji, imaj, kurumsal imaj, ürün imajı, marka imajı, kuruluşun kendi algıladığı imaj, mevcut imaj, istenen imaj konularını içermektedir.
Süre	14 Hafta
Oryantasyon	Tanıtım Toplantısı
Sınav tarihleri ve yeri	
Eğitmen Biyografisi	Prof. Dr. Ercan YILMAZ Necmettin Erbakan Üniversitesi, , Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi (Profesörlük, 2016) YÖK, Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi (Doçentlik, 2011) Selçuk Üniversitesi Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi (Doktora-2006) Gazi Üniversitesi Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi (Yüksek lisans-2002) Gazi Üniversitesi-Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi (Lisans-1998)
Eğitmen hakkında iletişim bilgileri (tel, e-posta, biyografisi, ofis saatleri)	Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi, Meram Yerleşkesi, A Blok, Oda no: 451, 42090 Meram/Konya aliunal@erbakan.edu.tr 0332 3238220 (5686) eyilmaz@konya.edu.tr
Ön koşullar/şartlar	

Nasıl çalışmalı?	Ders izlencesi takip edilmeli, her dersten önce uzaktan eğitim sistemine yüklenen kaynaklar ve dersin sorumlu öğretim elemanı tarafından tavsiye edilen kitaplar okunmalıdır. Her dersten sonra ders kaydı bir kez daha izlenmelidir.	
Yöntem ve Teknikler/Dersin İşleniş Biçimi	Takrir yöntemi esas olan bu derste, görsel materyallerden de yararlanılacak; bunlara ek olarak, öğrencilerin aktif katılımlarını sağlayabilmek için soru-cevap ve büyük grup tartışma tekniklerine de yer verilecektir.	
Araç gereçler	Bilgisayar veya internete erişimi sağlayacak diğer cihazlar kullanılacaktır.	
Gerekli donanım	Dersleri izlemek için bir bilgisayar, dinleme ve katılım için kulaklık, mikrofon ve hoparlör yeterlidir.	
Katılım Beklentileri	Öğrenciler derse görüntülü olarak katılarak her ders en az bir kez söz alarak ders öncesinde yaptıkları okumaları yansıtan yorumlar yapmalıdırlar.	
Kaynaklar - Basılı - TV-Radyo - Internet - Diğer	Atıgan, Fatma (2018) Marka Yönetimi, <u>Nobel Akademik Yayıncılık</u> Keller, Kevin Lane (2019). Stratejik Marka Yönetimi, <u>Nobel Akademik Yayıncılık</u> Yalçın, Eşref Yaman (2018). Marka ve Farklılaşmak. <u>Nisan Kitabevi Yayınları</u>	
Çevrimiçi /İşbirliğini Destekleyen Etkinlikler	Forum ve tartışmalar	
Seçenekli materyaller (çoklu zeka)	Ses kaydı, ders notu, sunum dosyası, canlı ders kaydı, ödevler, performans görevleri	
Diğer derslerle ilişkisi	Bu ders, bu program kapsamında verilecek olan derslerden bazılarında, dersin derinlemesine anlaşılabilmesi için de gerekli olan, yönetim kuramları dersi ile doğrudan ilişkilidir.	
Değerlendirme (çevrimiçi)	Bu ders, bu program kapsamında verilecek olan derslerden bazılarında, dersin derinlemesine anlaşılabilmesi için de gerekli olan, yönetim kuramları dersi ile doğrudan ilişkilidir.	
Değerlendirme (yüz-yüze)	Ders sırasında öğrencilere yöneltilen ve cevaplama başarısının not edildiği sorular. Dönem sonu araştırma ödevi.	
Değerlendirme Kriterleri (her biri için ayrı)	Değerlendirmelerin tamamı çevrimiçi yapılacaktır.	
Kazanımlar / Amaç, Hedef ve Davranışlar	Genel	Öğrenciler marka ve imaj yönetimin önemini ve sürecini öğreneceklerdir.
	1.Hafta	Okulun paydaşların bilir ve onların algısının öneminin farkına varır.
	2. Hafta	Markanın tanımını yapar ve marka kimliğinin oluşturulması, aşamalarını sıralar.

	3. Hafta	Marka değeri ve marka kimliği ilişkisini açıklar.
	4. Hafta	Marka değerini oluşturan unsurları açıklar.
	5. Hafta	Markaların iletişim yönetiminin planlanmasını yapar.
	6. Hafta	Kurum tarihinin kimlik açısından önemini açıklar.
	7. Hafta	Kurumsal stratejisinin markalanma açısından önemini vurgular.
	8. Hafta	İmajın tanımını yapar.
	9. Hafta	Kurumsal imajın önemini vurgular.
	10. Hafta	Eğitim kurumları açısından ürün imajının önemini açıklar.
	11. Hafta	Eğitim kurumları açısından marka imajının önemini açıklar
	12. Hafta	Kuruluşun kendi algıladığı imajının öğelerini sıralar.
	13. Hafta	Eğitim kurumlarının mevcut imajının tanımını yapar.
	14. Hafta	Eğitim kurumlarının istenen imajının tanımını yapar.
Kavramlar		
Haftalık plan ve konular	1.Hafta	Ders tanıtımı ve Okul paydaş algısı
	2.Hafta	Marka kimliğinin oluşturulması, aşamaları
	3.Hafta	Marka değeri ve marka kimliği ilişkisi
	4.Hafta	Marka değerini oluşturan unsurlar
	5.Hafta	Markaların iletişim yönetiminin planlanması
	6.Hafta	Kurum tarihi
	7.Hafta	Kurumsal strateji
	8.Hafta	İmaj
	9.Hafta	Kurumsal imaj
	10.Hafta	Ürün İmajı
	11.Hafta	Marka İmajı

	12.Hafta	Kuruluşun Kendi Algıladığı İmaj
	13.Hafta	Mevcut İmaj
	14.Hafta	İstenen İmaj ve kapanış
Sohbet	İlk hafta tanışma ve derse ilişkin bilgilendirme yapılacaktır.	
Forum/Tartışma	Tartışma konuları içinde bulunulan haftanın konusuna göre verilecektir.	
Sıkça Sorulan Sorular	Öğrencilerden geldikçe oluşturulacaktır.	
Örnekler (test ve değerlendirme)	Marka nedir? Okul markası nasıl oluşturulur? Okul imajı nasıl oluşturulur?	
Telif Hakları	Öğretim elamanı tarafından oluşturulan ve açık ders materyalleri, derslerle ilgili oluşturulan özgün ders materyalleri ve kaynaklar.	
Grup çalışmaları için Konular	İlgili haftada gruplar belirlendikten sonra bilgilendirme yapılacaktır. Konular; okul markası ve okul imajı oluşturma kapsamında grup çalışmaları yapılacaktır.	
Yorumlar ve anketler	Her dersin sonunda öğrencilerin derse ilgili yorumları ve dönütleri alınacaktır. Dönem sonunda değerlendirme anketi yapılacaktır.	
Kaynaklara ve Materyallere ulaşım bilgisi	Çevrimiçi kaynak ve materyallere sistemden, basılı materyallere üniversite ve diğer kütüphanelerden ulaşılabilir.	