

FARUK SARAÇ TASARIM MESLEK YÜKSEKOKULU
MODA TASARIMI PROGRAMI DERS ÖĞRETİM PLANLARI

DERS BİLGİLERİ

Ders	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
Moda Marka Pazarlama	MOT 212	4	2+0	2	3
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Ön Koşulu	Yok				
Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze, Gösterip yaptırma				
Dersin Koordinatörü	Öğr. Gör. Hülya VATANSEVER				
Dersi Verenler	Öğr. Gör. Dr. Sevim AYIK				
Dersin Amacı	Öğrencilere, moda ve pazarlama bilgilerini kullanarak marka bir ürünü oluşturabilme, fiyatlandırabilme, dağıtım ve tutundurma faaliyetlerini planlayabilme ve etkili bir şekilde yönetip uygulayabilme, hazır giyim sektörü ve haute couture alanında temel ve güncel bilgileri kazandırabilme.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	1	<i>Pazarlamanın temel kavram ve ilkelerine hakim olur.</i>			
	2	<i>Moda kavramının gelişimini ve pazarlama ile ilişkisini kavrar.</i>			
	3	<i>Moda pazarlamanın tüm aşamalarını bilir.</i>			
	4	<i>Markalaşmanın modadaki yeri ve önemini kavrar.</i>			
	5	<i>Markalaşma yolunda yapılacak işlem basamaklarını sıralar.</i>			
	6	<i>Moda sektöründe marka yönetimini kavrar.</i>			
	7	<i>Moda markalarını takip eder.</i>			

DERS İÇERİĞİ

Hafta	Teorik	Uygulama
1	Dersin içeriği, amacı ve yöntemi ile ilgili bilgilendirme	
2	Pazarlamanın temel kavramları Pazarlama ilkeleri	
3	Pazarlama ilkeleri	
4	Moda kavramı ve gelişimi Moda kavramının pazarlama ile ilişkisi Pazarlamanın modadaki yeri Pazarlama karması	
5	Pazarlama karması ve fonksiyonları	
6	Marka nedir? Marka ile ilgili kavramlar	

7	ARA SINAV	
8	Moda ve marka ilişkisi	
9	Markalaşmanın modadaki yeri ve önemi Markalaşma yolunda yapılacak çalışmalar	
10	Moda pazarlamada ürünün fiyatlandırılması ve dağıtım kanalları Stratejik pazarlama ve tutundurma faaliyeti	
11	Moda sektöründe marka yönetimi	
12	Moda sektöründe marka yönetimi	
13	Tüketici davranışları	
14	Moda markaları	
KAYNAKLAR		
<ul style="list-style-type: none"> - Borça G. , (2007). <i>Bu Topraklardan Dünya Markası Çıkar</i>, Media Cat Yayınları, İstanbul. - Crane D. , (2000). <i>Moda ve Gündemleri</i>, Ayrıntı Yayınları, İstanbul. - Çivitci, Ş. , (2004). <i>Moda Pazarlama</i>, Asil Yayınları, İstanbul. - Davis, F. , (1997). <i>Moda, Kültür ve Kimlik</i>, YKY Yayınları, İstanbul. - Hakko, C. , (1983). <i>Moda Olgusu</i>, Vakko Yayınları, Ankara. - Tungate, M. , (2006). <i>Modada Marka Olmak</i>, Rota Yayınları, İstanbul. - Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar, (2010). <i>B2B Marka Yönetimi</i>, Media Cat Yayınları. 		
DEĞERLENDİRME		
	Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayısı
	Katkı Yüzdesi	
Ara Sınav	1	40
Ödev	0	0
Yıl Sonu Sınavı	1	60
Toplam	2	100
Yıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı	40	
Finalin Başarıya Oranı	60	
Toplam	100	
Açıklama		