

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 210	4	2+0	2	2
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Ön Koşulu	"STAJ 001" tamamlamış olmak				
Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze, Gösterip yaptırma				
Dersin Koordinatörü	Öğr. Gör. Hülya VATANSEVER				
Dersi Verenler	Öğr. Gör. Dr. Selin ÖGEL AYDIN				
Dersin Amacı	Öğrencilere, trendlerde moda olan renkleri, kumaşları, aksesuarları, süsleme tekniklerini tespit edebilme ve trendlere uygun giysi formları belirleyebilme, dönemsel olarak ortaya konan renk, kumaş ve materyal trendlerinin önemini inceleme becerisi kazandırabilme; 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>Moda olgusunu kavrar.</i>			
	2	<i>Moda eğilimlerini tespit eder.</i>			
	3	<i>Trend takibini gerçekleştirir.</i>			
	4	<i>Trend ve eğilimler doğrultusunda yeni tasarımlar ve koleksiyonlar oluşturur.</i>			
	5	<i>Pazarlamanın temel kavram ve ilkelerine hakim olur.</i>			
	6	<i>Moda kavramının gelişimini ve pazarlama ile ilişkisini kavrar.</i>			
	7	<i>Markalaşmanın modadaki yeri ve önemini kavrar.</i>			
	8	<i>Markalaşma yolunda yapılacak işlem basamaklarını sıralar.</i>			
	9	<i>Moda markalarını takip eder.</i>			
DERS İÇERİĞİ					
Hafta	Teorik		Uygulama		
1	Dersin içeriği, amacı ve yöntemi ile ilgili bilgilendirme				
2	Moda kavramı ve gelişimi Moda olgusunun tanımı Modanın yayılma alanı				

3	Modanın evriminde yer alan başlıca etmenler Küresel ölçekte moda pazarı Moda döngüsü Modanın yaygınlaşma süreci	
4	Moda trendleri ve moda trendlerinin çeşitleri Moda trend araştırmalarında önem verilen görünüm unsurları	
5	Trend öngörüsü (trend analistlerinin görevi, analist türleri, analist bilgi kaynakları, trend saptama ipuçları) Moda trend tahmin şirketlerinden örnekler	
6	Günümüz trendleri Gelecek sezon trendleri Dönem trendlerine uygun bir koleksiyon tasarlama	
7	ARA SINAV	
8	Pazarlamanın temel kavramları Pazarlama ilkeleri Moda kavramının pazarlama ile ilişkisi	
9	Pazarlamanın modadaki yeri Pazarlama karması ve fonksiyonları	
10	Marka nedir? Marka ile ilgili kavramlar	
11	Moda ve marka ilişkisi Markalaşmanın modadaki yeri ve önemi Markalaşma yolunda yapılacak çalışmalar	
12	Moda pazarlamada ürünün fiyatlandırılması ve dağıtım kanalları Stratejik pazarlama ve tutundurma faaliyeti	
13	Moda sektöründe marka yönetimi	
14	Tüketici davranışları Moda markaları	
KAYNAKLAR		
<ul style="list-style-type: none"> - Fogg Marnie, Çev. Emre Gözgülü, (2014). <i>Modanın Tüm Öyküsü</i>, Hayalperest Yayınevi, İstanbul. - İbicioğlu Hasan, (2014). <i>Giyimde Renklerin Uyumu</i>, Hayat Yayıncılık, İstanbul. - 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		