

Fakülte/Enstitü/Yüksekokul	Mimarlık Fakültesi
Bölüm/Program	Şehir ve Bölge Planlama Bölümü
Ana Bilim / Bilim Dalı	Şehircilik A.B.D.

Programın Türü	Dersin Adı	Yarıyıl	Kredi		
<input checked="" type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora	MARKA KENTLER	<input type="checkbox"/> Güz <input checked="" type="checkbox"/> Bahar	T	U	ECTS
			3	-	7,5

Dersi Veren Öğretim Elemanı (Adı, Soyadı, Unvanı)	Dersin Verilebileceği Diller	Dersin Türü	
Dr. Öğr. Üyesi Kadriye TOPÇU	<input checked="" type="checkbox"/> Türkçe <input type="checkbox"/> İngilizce <input type="checkbox"/> Diğer.....	Zorunlu	Seçmeli
			X

Sınav ve Değerlendirme Yöntemleri			
	Değerlendirme Yöntemi	Adet	Yüzdesi (%)
	Laboratuar		
	Sözlü		
	Ödev + Sözlü	1	60
	Proje + Sözlü		
	Yazılı Sınav	1	40
	Diğer (.....)		

Dersin Amaç ve Hedefleri	
Dersin İçeriği	<ol style="list-style-type: none">1. Kent Markası oluşumu sürecinde etkili temel kavramlar; Marka, marka kimliği, marka algısı, marka değeri, kent markası2. Kent markası oluşturma, strateji üretme ve geliştirme süreçleri, kent markalaşması3. Kent markası oluşturmada etkili faktörler4. Kent kimliği ve imajının kent markalaşmasındaki önemi5. Kent markalaşmasının faydaları, örnek kentler üzerinden konunun irdelenmesi6. Büyük kentsel projelerin marka kent oluşumundaki etkileri7. Marka kent-turizm ilişkisi8. Marka kent oluşumu sürecinde kent yönetimlerinin rolü ve etkisi9. Küresel kentler-marka kentlerin örneklerle anlatımı10. Küresel kentler-marka kentlerin örneklerle anlatımı11. Ödev sunumları12. Ödev sunumları13. Ödev sunumları14. Ödev sunumları
Dersin Çıktısı (Kazanımları)	Kentleri daha geniş bir perspektifle ele alarak yorumlama yeteneğini kazandırır.
Öğretme Yöntemleri	Ders anlatımı ve sözlü sunumlar

Takip Edilecek Kitap(lar)	Dinnie, K., 2013. City branding, Theory and Cases, palgrave macmillan,	
	Eraydın, Z., 2014, “The global image of the city: impacts of place branding on the image of ankara”, metu, basılmamış doktora tezi, Ankara.	
	Anholt S., 2009. Places; Identity, Image and Reputation, Palgrave Macmillan.	
	Cevher, E., 2012. Kentsel Markalaşma Süreci: Antalya Örneği, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, cilt.4, No.1. sf. 105-115.	
	Giritlioğlu, İ., ve Avcıkurt, C., 2010. Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye’deki Şehirler Üzerine Öneriler, Adıyaman Ün., Sosyal Bilimler Enst. Dergisi, sayı, 4. sf. 74-89.	
	İçyer, A., 2010. Marka Kent Oluşturma Açısından Stratejik Kent Yönetimi, Karamanoğlu Mehmet Bey Ün., Sosyal Bilimler Ens., Yüksek Lisans Tezi, Karaman.	
	Şahin, G., 2010., Turizmde marka kent olmanın önemi; İstanbul Örneği, Ankara Ün., Sosyal Bilimler Ens., Ankara.	
	Zeren, H. E., Stratejik kent yönetimi ve kent markası oluşturma süreci, sf. 175-200.	
	Özdemir, Ş., Karaca, Y., 2009. Kent Markası ve Marka İmajının ölçümü; Afyonkarahisar kenti imajı üzerine bir araştırma, Afyon Kocatepe Ün., İ.İ.B.F Dergisi, sf. 113-134.	
	Kaypak, Ş., 2013. Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Markalaşması ve Marka Kentler, C.Ü. İ.İ.B. Dergisi, cilt.14, sayı 1., sf. 335-355.	
İçerik Ağırlıkları Yüzdesi (%)	Matematik ve Temel Bilimler	%
	Mühendislik Bilimleri	%
	Mühendislik Tasarım	%
	Sosyal Bilimler	% 100

T: Teori; U: Uygulama; ECTS: Avrupa Kredi Transfer Sistemi (European Credit Transfer System)