

Dr. Hasan YALÇIN

E. Hesap Uzmanı, YMM

MARKA DEĞERLEMESİ
(Parasal Yaklaşım)

onikilevha
11111111111111111111111111111111

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	VII
İÇİNDEKİLER.....	XI
1. MARKA İLE İLGİLİ GENEL KAVRAMLAR.....	1
1.1. Marka Tanımı ve Markanın Tarihçesi	1
1.2. Maddi Olmayan Duran Varlıklar ve Marka.....	10
1.3. Entelektüel Sermaye ve Marka.....	17
1.4. Marka ile Ürün Arasındaki İlişki	19
1.5. Marka Kimliği, Marka Kişiliği ve Marka İmajı	22
1.6. Marka Bileşenleri	28
1.7. Marka Farkındalığı.....	34
1.8. Marka Sadakati.....	38
1.9. Marka Çağrışımları	42
1.10. Algılanan Kalite.....	45
1.11. Markanın Yaşam Döngüsü	49
2. MARKA DEĞERİ	53
2.1. Marka Değerlemesinin Tarihsel Gelişimi ve Artan Önemi.....	53
2.2. Marka Değerlemesinin Kullanıldığı Alanlar.....	64
2.3. Brand Equity ve Brand Value.....	67
3. TÜKETİCİ TEMELLİ MARKA DEĞERLEME	74
4. FİNANSAL TEMELLİ MARKA DEĞERLEME	81
4.1. Genel Açıklama	81
4.2. Maliyet Yaklaşımı	83

4.3. Piyasa Yaklaşımı.....	92
4.4. Gelir Yaklaşımı.....	94
4.4.1. Fiyat Prim Yöntemi.....	96
4.4.2. Telif Haklarından Kurtulma Yöntemi.....	102
5. FİNANSAL TEMELLİ MARKA DEĞERLEMESİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ	111
5.1. Maliyet Bedeli Yaklaşımı İle İlgili Uygulama	111
5.2. Telif Haklarından Kurtulma Yöntemi İle İlgili Uygulama.....	116
5.2.1. Yöntemin Uygulanmasının Aşamaları.....	116
5.2.2. Uygulama Örneği.....	117
5.3. Fiyat Prim Yöntemi İle İlgili Uygulama	124
6. DANIŞMANLIK ŞİRKETLERİ VE AKADEMİK ÇEVRELER TARAFINDAN GELİŞTİRİLEN MODELLER	132
6.1. BBDO MODEL	133
6.2. BRAND FINANCE MODEL.....	142
6.3. BRAND RATING MODEL.....	146
6.4. HİROSE MODEL	150
6.5. THE NIELSEN COMPANY MODEL	151
6.6. BRANDİENT MODEL.....	154
6.7. DİĞER DEĞERLEME MODELLERİ	155
7. ISO MARKA DEĞERLEME STANDARTLARI.....	165
7.1. Genel Açıklama	165
7.2. IS 10668 – PARASAL MARKA DEĞERLEME STANDARTI.....	167
7.3. IS 20671 MARKA DEĞERLENDİRME – İLKELERİ VE TEMELLERİ STANDARTI.....	185
8. ULUSLARARASI DEĞERLEME STANDARTLARI.....	203
KAYNAKÇA	211