BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

SÖĞÜT MESLEK YÜKSEKOKULU

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

(2021 - 2022) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
İmaj Yönetimi	HİT226	3	3 + 0	4,0	Seçmeli

Birim Bölüm	Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Ön Lisans (Yüz yüze öğretim)
Amaç	Bu derste öğrencilerin imaj yönetimine ilişkin ulusal ve uluslar arası uygulamaları teorik alt yapı ile destekleyerek yorumlama konusundaki yeterliliklerinin geliştirilmesi, imaj yönetiminin kişisel imaj alt dalına ilişkin proje planlanma sürecinin incelenerek, uygulamaların gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır.
Ders İçeriği	Ders kapsamında kişisel imaj yönetimi ilk izlenim yönetimi, iletişim becerileri, gardrop yönetimi gibi farklı alt dalları ile konuya ilişkin kitaplar üzerinden tartışmalar, örnek olay çözümlemeleri, proje ödevleri ve sunumlar yardımıyla işlenmektedir.
Ders Kaynakları	Ayla Okay, Kurum Kimliği, İstanbul: Derin Yayınları, 7.b., 2013. Yasin Bulduklu, İmaj yönetimi Yaklaşımlar, Taktikler ve Stratejiler, Literatürk Academia, 2015. Ayla Okay & Aydemir Okay, Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, İstanbul: Der Yayınları, 2012

Hafta	Konu
1	İmaj Kavramının Tanımı ve Kapsamı
2	İmajın Oluşumu, Öğeleri ve Çeşitleri
3	İmaj Oluşturmanın Safhaları
4	Bir Halkla İlişkiler İlişkiler Fonksiyonu Olarak İmaj Yönetimi
5	Kurum İmajı Kavramı
6	Kurum İmajını Oluşturan Unsurlar
7	Kurum imajı ve Kurum Kimliği İlişkisi
8	Ara sınav
9	Kurum Kimliğinin Oluşturulması
10	Kurum Kimliğinin Unsurları (Kurum Felsefesi, Kurumsal Dizayn, Kurumsal İletişim ve Kurumsal Davranış)
11	Kurum Kültürü
12	Kurumsal İtibar Yönetimi
13	İmaj Yönetimde Araştırma ve Değerlendirme
14	İmaj Yönetimi Kapsamında Örnek Vaka İncelemeleri

Program Çıktıları	
1	Halkla ilişkiler disiplininin ve ilişkili olduğu disiplinlerin temel kavramlarının önemini kavrayabilme ve disiplinler arasındaki ilişkileri kurabilir.
2	Düşüncelerini ve sorunlara ilişkin çözüm önerilerini yazılı ve sözlü olarak aktararak alanı ile ilgili konularda ilgili kişi ve kurumları bilgilendirir, ikna edici mesajlar oluşturabilir.
3	Tüketici davranışı ve etkili iletişim becerileri konusunda yeterli bilgi ve uygulama düzeyine sahip olarak iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir.
4	Kurumun iç ve dış paydaşlarıyla ilgili iletişim sorunlarını, edindiği işletme yönetimi ve organizasyon alanındaki temel bilgilerle zorlu koşullarda dahi tespit edebilir, tanımlayabilir, analiz edip uygulayabilir.
5	Uluslararası platformdaki mesleki gelişmeleri ve yabancı literatürü takip edebilecek, uluslararası iş çalışmalarında kullanılabilecek orta düzeyde yabancı dil bilgi yeterliliğine sahiptir.
6	Temel hukuk bilgisi üzerinde iletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahiptir. Üstlenilen iletişim çalışmalarında hukuki sorumlulukların bilinciyle hareket eder.
7	Kurum ya da ürün/hizmete yönelik imaj ve itibar oluşumuna katkı sağlayabilecek iletişim çalışmalarının yapılması süreçleri ile ilgili yeterli düzeyde kuramsal ve uygulama bilgisine sahiptir.
8	Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açılarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir.
9	Edinilen disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir.
10	Edinilen disiplinler arası bilgileri, yine disiplinler arası bilimsel ve mesleki çalışmaları destekleyecek biçimde kullanabilir.
11	Halkla ilişkiler ve tanıtım alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür,
12	Yapılacak iletişim çalışmalarında takım çalışmasına uygun olarak sorumlulukları üstlenebilir ve takım ruhu bilinci ile hareket edebilir.
13	Mesleki, ahlaki ve etik sorumluluk bilincine sahiptir.
14	Sponsorluk, sosyal sorumluluk, kamuoyu araştırmaları, imaj yönetimi, işletme yönetimi, hukuk, medya iletişimi, siyasal iletişim ve lobicilik, ekonomi, propaganda, gibi kavramları uygulayabilme becerisi kazanır.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14
Kurumsal imaja yönelik tanımlardan en az 5 tanesini sınıflandırır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kurumsal imaj unsurlarından en az 4'ünü doğru bir şekilde açıklar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İmaj oluşumu aşamasındaki kavramları analiz eder.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kurumun istediği imaj ile hedef kitlelerde oluşmuş olan imajı (imaj boşluğunu) karşılaştırır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İmaj yaratımı bağlamında medya araçlarının önemini açıklar ve medya araçlarını önemleri açısından karşılaştırır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-