



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
İmaj Yönetimi	REK232	4	3 + 0	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze)				
Amaç	Halkla ilişkiler ve reklamın temel fonksiyonlarından biri olan imaj yönetimi kavramını tüm yönleriyle öğrenciye kavratmaktır.				
Ders İçeriği	Bu ders kapsamında kişilerarası ilişkiler bağlamında kişisel imajı oluşturan öğeler, ilk izlenimin önemi, imaj yönetimi ve kişisel imaj yönetiminde sözsüz iletişimin önemine gündelik yaşamdan örneklerle kültürler ve kültürlerarası düzeyde ele alınmaktadır.				
Ders Kaynakları	Ayla Okay, Kurum Kimliği, İstanbul: Derin Yayınları, 7.b., 2013. Yasin Bulduklı, 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 İmajı 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

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmeye kullanma becerisine sahiptir
- Reklamcılık Alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kurumsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir
- Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir

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
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.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-