



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
İmaj Yönetimi	HİT226	4	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 planlama sürecinin incelenerek, uygulamaların gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır.				
Ders İçeriği	Ders kapsamında kişisel imaj yönetimi ilk izenim yönetimi, iletişim becerileri, gardrop yönetimi gibi farklı alt dalları ile konuya ilişkin kitaplar üzerinden tartışmalar, örnek olay çözümlenmeleri, proje ödevleri ve sunumlar yardımıyla işlenmektedir.				
Ders Kaynakları	Ayla Okay, Kurum Kimliği, İstanbul: Derin Yayınları, 7.b., 2013. Yasin Bulduku, 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	Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahiptir.
2	Etkili iletişim becerileri konusunda edindiği bilgi ve uygulama düzeyi sayesinde iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir.
3	Edindiği disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir.
4	İletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahip olarak üstlendiği iletişim çalışmalarında, hukuki sorumluluk bilinciyle hareket edebilir.
5	Alanıyla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
6	Alanıyla ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açıktır.
7	Girişimcilik ve liderliğin önemini bilir.
8	Bireysel bilgi ve becerileri ile alanıyla ilgili kişi ve kurumlara düşüncelerini yazılı ve sözlü olarak aktarır, onlara çözüm önerisi sunar.
9	Bir yabancı dili alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlar ve kullanır.
10	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır.
11	Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutar ve mesleki, ahlaki ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapar
12	Reklam, grafik tasarımı, pazarlama, protokol ve lobicilik alanlarında yeterli düzeyde bilgi sahibidir
13	Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açılarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir
14	Alanıyla ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir
15	Alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri problem çözmeye kullanabilir, analitik ve stratejik düşünerek bunları uygulamaya geçirebilir.

#### 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	PÇ 15
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.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-