

**İletişim Fakültesi / Medya ve Görsel Sanatlar Programı****2024 - 2025 Eğitim Öğretim Yılı****KURUMSAL KİMLİK TASARIMI****Syllabus**

<b>Dersin Tanımı</b>					
<b>Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyıl</b>	<b>T+U Saat</b>	<b>Kredi</b>	<b>AKTS</b>
KURUMSAL KİMLİK TASARIMI	MGS2152290	Güz Dönemi	1+2	2	5
<b>Ön Koşul Dersleri</b>					
<b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans				
<b>Dersin Türü</b>	Programa Bağlı Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doç.Dr. Ebru Gamze IŞIKSAÇAN				
<b>Dersi Verenler</b>	Öğr.Gör. İslam ŞENSÖZ				
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Firma/markalarda kurum kimliğinin amacı, önemi konusunda farkındalık yaratır. Yanlış kurum kimliğinin firmalar üzerindeki olası olumsuz sonuçları ve bunlardan kaçınmanın yöntemlerini tartışır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders; Kurumsal kimliğin tanımı, Kurumsal kimliğin tarihi ,Firmalarda yeniden yapılanma ve kurumsal kimlik olgusu ,Firmalarda kurumsal kimlik sancuları ve nedenleri, Kurumsal kimlik değişiminde yapılan ön çalışmalar, Kurumsal kimlikte değişim alanları, Marka oluşturma, Yeni kurumsal kimliğin tanıtımı ve dikkat edilmesi gereken noktalar, Yeni kurumsal kimliğin uygulamaya koyulması, Kurumsal kimlik yaratım/değişim programında tehlikeli dönemler, Kurumsal kimlik oluşturulmasında "kişisel imaj" faktörü, Kurumsal imaj ve firmalarda saygınlık, Kurumsal kimlik oluşumunda ve sürdürülmesinde etkili iletişim ve davranış biçimleri, Türkiye'de başarılı kurumsal kimlik çalışmalarının incelenmesi; konularını içermektedir.				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>			<b>Öğretim Yöntemleri</b>	<b>Ölçme Yöntemleri</b>	
Kurumsal kimliğin tanımı, çeşitleri ve temellerini tanımlar.			10, 16, 19, 9	A, E, F	
Kurumsal kimliğin yeniden yapılanmasında karar verme sürecini planlar.			10, 12, 19, 5, 9	A, E, F	
Kurumsal kimlik değişiminde ön çalışmalar oluşturur.			10, 14, 19, 3, 5, 6	E, H	
Kurumsal kimlikte değişim alanlarının neler olduklarını tartışır.			10, 12, 14, 16, 5, 6	E, H	
Kurumsal kimlik değişim programının yönetimini kavrar.			14, 20, 6	E, F, H	
<b>Öğretim Yöntemleri</b>	10: Tartışma Yöntemi, 12: Problem Çözme Yöntemi, 14: Bireysel Çalışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 19: Beyin Fırtınası Tekniği, 20: Tersine Beyin Fırtınası Tekniği, 3: Probleme Dayalı Öğrenme Modeli, 5: İşbirlikli Öğrenme Modeli, 6: Deneyimle Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
<b>Ölçme Yöntemleri</b>	A: Klasik Yazılı Sınav, E: Ödev, F: Proje Görevi, H: Performans Görevi				
<b>Ders Akışı</b>					
<b>Sıra</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>			
1	Kurumsal kimliğin tanımı.	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
2	Kurumsal kimliğin tarihi	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
3	Firmalarda yeniden yapılanma ve kurumsal kimlik olgusu	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
4	Firmalarda kurumsal kimlik sancuları ve nedenleri	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
5	Kurumsal kimlik değişiminde yapılan ön çalışmalar	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
6	Kurumsal kimlikte değişim alanları	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
7	Marka oluşturma	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
8	Yeni kurumsal kimliğin tanıtımı ve dikkat edilmesi gereken noktalar	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
9	Yeni kurumsal kimliğin uygulamaya koyulması	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
10	Kurumsal kimlik yaratım/değişim programında tehlikeli dönemler	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
11	Kurumsal kimlik oluşturulmasında "kişisel imaj" faktörü	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
12	Kurumsal imaj ve firmalarda saygınlık	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
13	Kurumsal kimlik oluşumunda ve sürdürülmesinde etkili iletişim ve davranış biçimleri	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
14	Türkiye'de başarılı kurumsal kimlik çalışmalarının incelenmesi	Okunacak Kitap: M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.			
<b>Değerlendirme Yöntemleri</b>		<b>Sınava Katkısı</b>			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

**Kaynaklar**

M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998.  
A. Okay, Kurum Kimliği. İstanbul: Mediacat Yayınları, 2000.