

**İletişim Fakültesi / Medya ve Görsel Sanatlar Programı**  
**2019 - 2020 Eğitim Öğretim Yılı**  
**KURUMSAL KİMLİK TASARIMI**  
**Ders Tasarımı (Syllabus)**

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
KURUMSAL KİMLİK TASARIMI	MGS2152290	Güz Dönemi	1+2	2	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Ebru Gamze İŞIKSAÇAN				
Dersi Verenler	Öğr.Gör. İSLAM ŞENSÖZ				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Firma/markalarda kurum kimliğinin amacı, önemi konusunda farkındalık yaratmaktır. Yanlış kurum kimliğinin firmalar üzerindeki olası olumsuz sonuçları ve bunlardan kaçınmanın yöntemlerini tartışmaktır.				
Dersin İçeriği	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.				
Dersin Öğrenme Çıktıları			Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri	
Kurumsal kimliğin tanımı, çeşitleri ve temellerini irdeler.			1, 10, 2, 3		
Kurumsal kimliğin yeniden yapılanmasında karar verme sürecini analiz eder.			1, 10, 15, 3, 8		
Kurumsal kimlik değişiminde ön çalışmalar yapar.			10, 14, 22, 3, 4, 8	C, F	
Kurumsal kimlikte değişim alanlarının neler olduklarını tartışır.			14, 15, 2, 3, 4, 8	C, F	
Kurumsal kimlik değişim programının yönetimine katkıda bulur			14, 17, 4	C, D, F	
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 10: Beyin Fırtınası, 14: Bireysel Çalışma, 15: Problem Çözme, 17: Yanıtsız Düşünce, 2: Soru - Cevap, 22: probleme dayalı öğrenme, 3: Tartışma, 4: Alıştırma ve Uygulama, 8: Grup Çalışması				
Ölçme Yöntemleri	C: Ödev, D: Proje / Tasarım, F: Performans Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Kurumsal kimliğin tanımı.				
2	Kurumsal kimliğin tarihi				
3	Firmalarda yeniden yapılanma ve kurumsal kimlik olgusu				
4	Firmalarda kurumsal kimlik sancuları ve nedenleri				
5	Kurumsal kimlik değişiminde yapılan ön çalışmalar				
6	Kurumsal kimlikte değişim alanları				
7	Marka oluşturma				
8	Yeni kurumsal kimliğin tanıtımı ve dikkat edilmesi gereken noktalar				
9	Yeni kurumsal kimliğin uygulamaya koyulması				
10	Kurumsal kimlik yaratım/değişim programında tehlikeli dönemler				
11	Kurumsal kimlik oluşturulmasında "kişisel imaj" faktörü				
12	Kurumsal imaj ve firmalarda saygınlık				
13	Kurumsal kimlik oluşumunda ve sürdürülmesinde etkili iletişim ve davranış biçimleri				
14	Türkiye'de başarılı kurumsal kimlik çalışmalarının incelenmesi				
Kaynaklar					
1- M. Ak, Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj. İstanbul: Özel Yayın, 1998. 2- A. Okay, Kurum Kimliği. İstanbul: Mediacat Yayınları, 2000.					