

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih
Ders Kodu HİT205	Ders Adı Kurumsal İletişim	Dönem/Yıl Güz/ 2. Sınıf
Ders Dili	Türkçe	AKTS Kredisi 4
Durumu	Zorunlu	
Ön şartlar	Yok	
Dersin Adresi		
Kredi	Teori	Uygulama
3	3	-
Öğretim Üyesi	Laboratuvar	Sunum
Ders Yardımcısı	-----	Proje/Alan Çalışması
		-

Ders İçeriği	"Kurumsal İletişimin amaç ve işlevi, Kurumsal Marka ve İletişim olgusu, Kurumsal iletişim kapsamında yer alan Örgütsel İletişim, Yönetim İletişimi, Pazarlama İletişimi kavramları ele alınmıştır. Kurumsal iletişim, kurum kimliği, kurum kültürü, kurumsal imaj, kurumsal iletişimde stratejik yönetim ve planlama, kurumsal reklamcılık ve halkla ilişkiler, pazarlama bileşenleri, kurumsal iletişimin toplumsal sorumluluk ve etik boyutu, kurumsal hedeflerin belirlenmesi, vizyon ve misyon kavramlarının açıklanması dersin başlıca içeriğini oluşturmaktadır.
---------------------	--

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Örgütsel İletişimin Teorik Çerçevesi
2	Marka İletişimi Yönetimi
3	Marka İletişimi kavramları
4	Marka Stratejisi
5	Yöneticinin İşlevleri, Sistem yaklaşımı
6	Bütünleşik kurumsal iletişim yönetimi
7	Kurumsal İletişimin Sınıflandırılması Kapsamında İletişim Türleri
8	ARASINAV
9	Kurumsal iletişimin sorumlulukları ve araçları
10	Tutumlarda ve Davranışlarda Değişime Yol Açan Simetrik İletişim
11	Kurum Kültürü ve Kurumsal İmaj
12	Kurumsal Vatandaşlık ve Sosyal Sorumluluk
13	Kurumsal İletişim ve Etik
14	Web tabanlı kurumsal iletişim
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	
Yardımcı Kitaplar	

Değerlendirme Ölçütleri	Adet	Adet	Yüzde (%)
	Ara Sınavlar	1	40
	Kısa Sınavlar	-	-
	Ödevler	-	-
	Projeler	-	-
	Dönem Ödevi	-	-
	Laboratuvar	-	-
	Diğer	-	-

	Dönem Sonu Sınavı	1	60
Değerlendirme Ölçütleri Hakkında			

İçerik Ağırlıkları Yüzdesi (%)	Matematik ve Temel Bilimler	
	Mühendislik Bilimleri	
	Mühendislik Tasarımı	
	Sosyal Bilimler	

Ders Çıktıları (Kazanımlar)	Marka ve İtibar yönetimi sürecini öğrenecek, tanımlayabilecek ve uygulayabilecek, - Kurumsal iletişim ve yönetimini tanımlayabilecek, web tabanlı kurumsal iletişim uygulamalarını gerçekleştirebilecek, Pazarlama iletişimi, örgütsel iletişim ve yönetim iletişimi stratejisi oluşturma yöntemlerini kavrayabilecektir
Dersin Hedefleri	1. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencilerinin çalışacakları kurumdaki çalışanlar ve yönetim arası ilişkileri tanımlarının sağlanması. Bu ilişkilerin en sağlıklı biçimlerinin öğretilmesi 2. Örgüt kültüründen kaynaklanan kurumsal iletişim sorunlarının çözümünde ve kurum kimliğinin iyileştirilmesinde yaratıcı fikirler üretme becerisinin kazandırılması.
Dersin İşleniş Biçimi	

Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi				
Program çıktıları		0	1	2
1	Sosyal bilimler alanında ortaöğrenimde kazanılan bilgi, beceri ve yetkinlikler üzerine inşa edilmiş, halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili kavramları ve kavramlar arası ilişkileri açıklar. Daha sonra, bu alanlarda edindiği ileri düzeydeki kavramsal ve uygulamalı bilgileri kullanır			X
2	Bilimsel bilginin üretimi ile ilgili süreçleri yöntem ve teknikleri teşhis eder.	X		
3	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili tüm paydaşların iletişim özellikleri ve yaşadığı iletişim sorunları konularında bilgi sahibidir.			X
4	İletişim ortam ve araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilme bilgisine sahiptir.		X	
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında faaliyet gösteren kurumların yapısal ve yönetsel özelliklerini tanıır.		X	
6	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili özgün fikirleri yaratıcı bir şekilde açıklar. Daha sonra, bu alanlardaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını ya da farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve teknikleri geliştirir ve uygular.			X
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında bireysel ya da grup çalışmalarında sorumluluk alır ve alınan görevleri yerine getirir ya da bağımsız olarak yürütür.			X
8	Bireysel ve ekip üyesi olarak mesleki gelişimine yönelik Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında etkinlikleri planlar ve yönetir.			X
9	Bilgiye ulaşma yollarını bilir, Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip eder ve kullanır.		X	
10	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.	X		
11	Ulusal ve uluslararası gündemde yer alan olay ve gelişmeleri izler ve yorumlar.	X		
12	Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında		X	

	toplumsal, bilimsel ve mesleki etik deęerlere uygun davranır			
13	Toplumsal Sorumluluk bilinciyle yaşıadığı sosyal çevre için mesleki proje ve etkinlikler planlar ve gerçekleştirir.		X	
14	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarına ilişkin yasa ve mevzuatın bilincinde olur ve bunlara uygun davranır.		X	
15	Alanın dinamiklerine bütünleşik bir bakış açısı ile yaklaşabilir; yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirir.			X
Dersin Katkısı: 0:Hiç 1:Kısmi 2:Tümüyle				

Düzenleyen Kişi(ler):

Hazırlanma Tarihi: