

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım			Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih 16.04.2020	
Ders Kodu HİT319	Ders Adı İletişimde Toplam Kalite Yönetimi		Dönem/Yıl Güz / 3. Sınıf	AKTS Kredisi 5	
Ders Dili	Türkçe				
Durumu	Seçmeli				
Ön şartlar	Yok				
Dersin Adresi					
Kredi	Teori	Uygulama	Laboratuvar	Sunum	Proje/Alan Çalışması
2	2	-	-	-	-
Öğretim Üyesi					
Ders Yardımcısı	-----				

Ders İçeriği	İletişim süreci; sürecin temel özellikleri; iletişimde etkinlik sağlamayı destekleyen faktörler; iletişim kalitesini sınırlayan ve engelleyen unsurlar; toplam kalite yönetiminin tanım ve içeriği; toplam kalite yönetiminin örgütsel gelişimi ile sürecin teknik dizaynı; örgütsel iletişimde kalite anlayışından toplam kalite yönetimi anlayışına geçiş sürecinin temel aşamaları; bir bütün olarak iletişimde toplam kalite yönetim uygulama ve ilkeleri dersin içeriğini oluşturmaktadır.
---------------------	---

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	TKY temel kavram
2	TKY modeli
3	Stratejik kalite planlaması
4	Müşteri ve Pazar
5	Süreç geliştirme
6	Sürece katılım
7	Genel değerlendirme
8	ARASINAV
9	Liderlik
10	Ürün ve süreç tasarımı kalite
11	Tedarikçi yönetimi
12	Kalite geliştirme ve Standartlar
13	Müşteri memnuniyeti
14	Genel değerlendirme
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. İşletmelerde Toplam Kalite Yönetimi, Ekin Kitabevi Yayınları, Sıdıka Parlak
Yardımcı Kitaplar	1. Kalite Yönetimi & Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Denetimi, İmaj Yayıncılık, Abdullah Ersoy/ Yrd. Doç. Dr. Mesiha Saat Ersoy

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	100

Ders Çıktıları (Kazanımlar)	Kalite kavramının gelişim sürecini, yönetimde kalite anlayışının nasıl bir değişim gösterdiğini, Toplam kalite yönetimini ve uygulama esaslarını, Kalite değerlerini ve genel kalite yapısını, müşteri kavramının anlam ve önemini kavrar. TKY organizasyon yapısını, organizasyon unsurlarının yetki, görev ve sorumluluklarını bilir.
Dersin Hedefleri	1. Toplam kalite yönetiminin yetki, görev ve sorumluluklarını, kurum kültürünü ve etkili toplam kalite yönetiminin önemini, sistemini ve esaslarını kavramak.
Dersin İşleniş Biçimi	Teorik

Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi				
Program çıktıları		0	1	2
1	Sosyal bilimler alanında ortaöğretimde 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 tanır.			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 toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranır			X

13	Toplumsal Sorumluluk bilinciyle yaşadığı 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 bütünsel 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: