

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Stakeholder Relationships on Reputation Management / Stakeholder Relationships on Reputation Management	
Ders Kodu / Course Code	9203107142017	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Second Cycle / Second Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	2.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Evening Education / Evening Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	yok	none
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilerin işletmelerin etik ve sosyal sorumluluk kapsamında paydaşlarıyla nasıl diyalojik ilişkiler geliştirdiğini anlamalarını sağlamaktır.	The aim of this course is to enable students to understand how businesses develop dialogical relationships with their stakeholders within the scope of ethical and social responsibility.
İçeriği / Content	Paydaş analizi Yatırım, gündem ve ilişkilerin değişimi Pazarlama, sosyal sorumluluk ve etik İtibar açısından paydaşların rolü Müşteri ilişkileri	Stakeholder analysis Change of investment, agenda and relations Marketing, social responsibility and ethics The role of stakeholders in terms of reputation Customer relationship
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		

Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Clow, K.E. & D. Baack (2004). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications. New Jersey: Prentice Hall. Lovelock, C. & J. Wirtz (2011). Services Marketing: People, Technology, Strategy. New Jersey: Prentice Hall. Ford, D., L. Gadde, H. Hakansson, & I. Snehota (2011). Managing Business Relationships. West Sussex: John Wiley & Sons. Wheelen, T. & J.D. Hunger (2012). Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability. New Jersey: Prentice Hall.	Clow, K.E. & D. Baack (2004). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications. New Jersey: Prentice Hall. Lovelock, C. & J. Wirtz (2011). Services Marketing: People, Technology, Strategy. New Jersey: Prentice Hall. Ford, D., L. Gadde, H. Hakansson, & I. Snehota (2011). Managing Business Relationships. West Sussex: John Wiley & Sons. Wheelen, T. & J.D. Hunger (2012). Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability. New Jersey: Prentice Hall.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç.Dr. Ebru Güzeloğlu	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Gündem koyma ve saptama kuramı ve kuramın dayanaklarını oluşturan kavramları açıklayabilme	to be able to define agenda setting models and notions.
2	Gündem oluşumu için uygun halkla ilişkiler tekniklerini kullanabilme	To be able to use suitable public relations techniques for agenda building.
3	Stratejik halkla ilişkiler faaliyetleri yoluyla gündem yönetim sürecini tasarlayabilme	To be able to design strategic public relations activities for agenda management.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Derse giriş, dersin işlenişi ile ilgili genel bilgi ve kaynakların önerilmesi.				
	Course introduction, course description, general information and resources.				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Paydaş teorisi				
	Stakeholder theory				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hissedarlarla ilişkiler				
	Relations with shareholders				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yatırım, gündem ve ilişkilerin değişimi				
	Change of investment, agenda and relations				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama, sosyal sorumluluk ve etik				
	Marketing, social responsibility and ethics				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	İtibar açısından paydaşların rolü				
	The role of stakeholders in terms of reputation				
7	Paydaş analizi				
	Stakeholder analysis				
8	Paydaş analizine ilişkin ödev çalışmalarının sunumu				
	Presentation of homework related to stakeholder analysis				
9	Paydaşların tanımlanması ve konumlandırma				
	Stakeholder identification and positioning				
10	Kuruluş faaliyetlerine ilişkin alanlar ve kamular ve paydaşların tanınması				
	Definition of business activity areas and Definition of stakeholders and publics				
11	Müşteri ilişkileri				
	Customer relationship				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	İç paydaş ilişkileri				
	Internal stakeholder relations				
13	Aktivist ve aktif kamularla ilişkiler				
	Relations with activist and active publics				
14	Kurumsal aktivizm ve iş liderliği				
	Corporate activism and business leadership				
15	Konu yönetimi ve paydaş ilişkilerinde ağ kurma				
	Issue management and networking in stakeholder relations				
16	Final				
	Final				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ev Ödevi / Homework	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:		100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:		

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Bireysel Çalışma / Self Study	5	1.00	5.00
Derse Katılım / Attending Lectures	15	3.00	45.00
Okuma / Reading	5	1.00	5.00
Ev Ödevi / Homework	1	3.00	3.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	28	10.00	60.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 60.00/30.00 = 2.00 ~ 2.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 60.00 / 30.00 = 2.00 ~ 2.00

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes											
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12
1.Gündem koyma ve saptama kuramı ve kuramın dayanaklarını oluşturan kavramları açıklayabilme / to be able to define agenda setting models and notions.			5									
2.Gündem oluşumu için uygun halkla ilişkiler tekniklerini kullanabilme / To be able to use suitable public relations techniques for agenda building.			5									
3.Stratejik halkla ilişkiler faaliyetleri yoluyla gündem yönetim sürecini tasarlayabilme / To be able to design strategic public relations activities for agenda management.			5									

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high