

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Corporate Communication Practices / Corporate Communication Practices	
Ders Kodu / Course Code	9203107162017	
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	-	
Amacı / Purpose	Dersin amacı, kurumsal iletişim biçimlerini tanıtarak, kurumsal iletişim uygulamaları konusunda öğrencileri bilgilendirip çalışma yapmalarını sağlamak.	The main objective of this course is to teach the field of corporate communication which should be managed strategically, and to explore how it contributes to desired corporate outcomes within various corporate communication projects.
İçeriği / Content	The main objective of this course is to teach practices of corporate communications, and to provide that students see the contributions of these practices	The main objective of this course is to teach practices of corporate communications, and to provide that students see the contributions of these practices
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	-	
Staj Durumu / Internship Status	-	

<p>Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading</p>	<p>Z. Beril AKINCI VURAL ve M. Bat. Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim, İletişim Yayınevi, 2015, (İkinci Baskı), İstanbul. Yardımcı Kaynaklar Paul Argenti, Corporate Communication, Mc Graw Hill, 2009. Nicholas Ind, The Corporate Brand, Macmillan, 1997. Sandra Oliver, Corporate Communication: Principles, Techniques and Strategies, Kogan Page, 1997. Kitchen, Philip J. ve Schultz, Don E., Rasing The Corporate Umbrella: Corporate Communication in the 21st Century, Palgrave, New York, 2001. Richard Dolphin, The Fundamentals of Corporate Communication, Butterworth Heinemann, 1999. Uzunoğlu ,E; Onat, F; Alikilic,A. Ö., Sinem Yeygel Çakır, Y. S., İnternet Çağında Kurumsal İletişim.Say Yayınlar, 2009. Goodman, M., B., Corporate Communication: Theory and Practice, State University of New York Press, Albany, 1994. Gürgen, H., Örgütlerde İletişim Kalitesi, Der Yayınları, İstanbul, 1997. Argenti, P., A., Corporate Communication, McGraw-Hill International Edit, 5th Edition, 2009. Brown, A., Organisational Culture, London : Financial Times, Pitman Publish, 2. edition, 11. print, 2007. Cameron, S. K.; Quinn, E. R., Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based On The Competing Values Framework, Addison Wesley, 1999. Riel, C. B. M. van.; Fombrun, Charles J., Essentials of Corporate Communication : Implementing Practices for Effective Reputation Management, Taylor & Francis Routledge, NY, 2007. Alan T.Belassen, The theory and Practtice of Corporate Communication, Sage Publication, 2008. Hasan Tutar, Örgütsel İletişim, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2003. Bayram Kaya, Bütünleşik Örgütsel İletişim, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2003. Paul A. Argenti, Janis Forman, The Power of Corporate Communication, Mc Graw Hill, US, 2002. Harris, Thomas E., Applied Organizational Communication : Principles and Pragmatics for Future Practice, Lawrence Erlbaum Associates, Incorporated, 2002. Katherine Miller, Organizational Communication: Approaches and Processes, Wadsworth Publishing; 4 edition (May 27, 2005) Joann Keyton (Editor), Pamela Shockley-Zalabak, Case Studies for Organizational Communication: Understanding Communication Processes, Roxbury Publishing Company; 2nd edition (February 2006).</p>	<p>Z. Beril AKINCI VURAL ve M. Bat. Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim, İletişim Yayınevi, 2015, (İkinci Baskı), İstanbul. Yardımcı Kaynaklar Paul Argenti, Corporate Communication, Mc Graw Hill, 2009. Nicholas Ind, The Corporate Brand, Macmillan, 1997. Sandra Oliver, Corporate Communication: Principles, Techniques and Strategies, Kogan Page, 1997. Kitchen, Philip J. ve Schultz, Don E., Rasing The Corporate Umbrella: Corporate Communication in the 21st Century, Palgrave, New York, 2001. Richard Dolphin, The Fundamentals of Corporate Communication, Butterworth Heinemann, 1999. Uzunoğlu ,E; Onat, F; Alikilic,A. Ö., Sinem Yeygel Çakır, Y. S., İnternet Çağında Kurumsal İletişim.Say Yayınlar, 2009. Goodman, M., B., Corporate Communication: Theory and Practice, State University of New York Press, Albany, 1994. Gürgen, H., Örgütlerde İletişim Kalitesi, Der Yayınları, İstanbul, 1997. Argenti, P., A., Corporate Communication, McGraw-Hill International Edit, 5th Edition, 2009. Brown, A., Organisational Culture, London : Financial Times, Pitman Publish, 2. edition, 11. print, 2007. Cameron, S. K.; Quinn, E. R., Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based On The Competing Values Framework, Addison Wesley, 1999. Riel, C. B. M. van.; Fombrun, Charles J., Essentials of Corporate Communication : Implementing Practices for Effective Reputation Management, Taylor & Francis Routledge, NY, 2007. Alan T.Belassen, The theory and Practtice of Corporate Communication, Sage Publication, 2008. Hasan Tutar, Örgütsel İletişim, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2003. Bayram Kaya, Bütünleşik Örgütsel İletişim, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2003. Paul A. Argenti, Janis Forman, The Power of Corporate Communication, Mc Graw Hill, US, 2002. Harris, Thomas E., Applied Organizational Communication : Principles and Pragmatics for Future Practice, Lawrence Erlbaum Associates, Incorporated, 2002. Katherine Miller, Organizational Communication: Approaches and Processes, Wadsworth Publishing; 4 edition (May 27, 2005) Joann Keyton (Editor), Pamela Shockley-Zalabak, Case Studies for Organizational Communication: Understanding Communication Processes, Roxbury Publishing Company; 2nd edition (February 2006).</p>
<p>Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)</p>	<p>Doç.Dr. Mikail Batu</p>	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Kurumsal iletişim uygulamalarına ilişkin iç ve dış süreçleri, kavramları ve modelleri tanımlar, birbirleriyle ilişkilendirir.	Define processes, concepts and models, on corporate communication practices
2	Kurumsal iletişim uygulamalarının işlevlerini tanımlar, analiz eder.	Define, analyse the functional areas of corporate communication practices.
3	Kurumsal iletişim uygulamalarının stratejik temellerini tanımlar ve birbiriyle ilişkilendirir.	Define strategic foundation of corporate communications prictices and interrelate them.
4	Kurumsal iletişim uygulamaları sürecindeki sorunları analiz edip süreci yönetebilir.	Analyse the issues and manage corporate communication prictices

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurumsal İletişimin Temelleri ve Süreci				
	Corporate Communications: Definitions, Historical Background and Related Concepts.				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hedef Kitlelerle İletişim ve Uygulamalar				
	The communication with Target Groups and Practises				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurum Kültürü Uygulamaları				
	The Practices of Corporate Culture				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurum Kimliği Uygulamaları				
	The Practices of Corporate Identity				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurum Kimliği Uygulamaları				
	The Practices of Corporate Identity				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları				
	The Practices of Corporate Social Responsibility				
7	Kurumsal Marka Uygulamaları				
	The Practices of Corporate Brand Management				
8	Vize				
	Midterm				
9	Kurumsal İmaj Uygulamaları				
	The Practices of Corporate İmage				
10	Kurumsal İtibar Uygulamaları				
	The Practices of Corporate Reputation				
11	Kriz Uygulamaları				
	The Practices of Crisis				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Uygulamaları				
	The Practices of Corporate Communication Projects				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Uygulamaları				
	The Practices of Corporate Communication Projects				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama İletişimi Uygulamaları				
	The Practices of Marketing Communication				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Basınla İlişkiler ve Uygulamalar				
	The Practices of Media Relations				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	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)
Makale Kritik Etme / Criticising Paper	1	3.00	3.00
Bireysel Çalışma / Self Study	1	11.00	11.00
Final Sınavı / Final Examination	1	3.00	3.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	3.00	3.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	10.00	10.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	20.00	20.00
Okuma / Reading	1	10.00	10.00
Toplam / Total:	7	60.00	60.00

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.Kurumsal iletişim uygulamalarına ilişkin iç ve dış süreçleri, kavramları ve modelleri tanımlar, birbirleriyle ilişkilendirir. / Define processes, concepts and models, on corporate communication practices	4						5					
2.Kurumsal iletişim uygulamalarının işlevlerini tanımlar, analiz eder. / Define, analyse the functional areas of corporate communication practices.	4						5					
3.Kurumsal iletişim uygulamalarının stratejik temellerini tanımlar ve birbiriyle ilişkilendirir. / Define strategic foundation of corporate communications practices and interrelate them.	4						5				4	
4.Kurumsal iletişim uygulamaları sürecindeki sorunları analiz edip süreci yönetebilir. / Analyse the issues and manage corporate communication practices	4						5				4	

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