



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Örgütsel Psikoloji	REK215	3	3 + 0	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Dersin temel yöntemi anlatım ve ele alınacak çeşitli vakaları tartışma şeklindedir.)				
Amaç	Bu ders, öğrencilere, Örgütsel ve Endüstriyel Psikoloji alanındaki temel kavramlar, kuramlar ve araştırma yöntemleri konusundaki gerekli bilgileri sağlar.				
Ders İçeriği	Örgütlerde psikolojik etkenlerin işleyişini ve bunun endüstri ve diğer kurumlar üzerindeki etkisini inceler.				
Ders Kaynakları	Riggio, R. E. (2008) Endüstriyel/Örgütsel Psikolojiye Giriş (5th Edition). Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.				

Hafta	Konu
1	Giriş, Dersin Tanımı ve Gereksinimleri, Örgüt psikolojisinin tarihçesi
2	Örgüt Psikolojisinde Araştırma Yöntemleri
3	İş Analizi
4	Personel Temini ve Seçimi
5	Ara Sınav - Personel Temini ve Seçimi (Devam)
6	Çalışan Performansının Değerlendirilmesi: Performans Değerlendirme Sistemleri
7	personel eğitimi ve çalışan gelişimi
8	motivasyon
9	iş tatmini ve olumlu çalışan tutum ve davranışları
10	iş tatmini ve olumlu çalışan tutum ve davranışları-devam
11	çalışan stresi ve olumsuz çalışan tutum ve davranışları
12	Kurumlarda Grup Süreçleri
13	liderlik
14	örgüt yapısı, örgüt kültürü ve Örgüt gelişimi

Program Çıktıları

- 1 Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır
- 2 Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir
- 3 Reklamcılık Alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- 4 Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir
- 5 Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- 6 Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
- 7 Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir
- 8 Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- 9 Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır
- 10 Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar
- 11 Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
- 12 Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir
- 13 Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13
Bir bilim dalı olarak psikolojinin, temel kavramları, kuramsal bakış açıları ve tarihsel gelişimine hakimdir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Psikolojinin alt alanları ve bu alanların yöntem ve uygulamaları konusunda bilgi sahibidir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Endüstriyel ve örgütsel psikolojinin bilimsel metinlerini yorumlamak ve değerlendirmek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Endüstriyel ve örgütsel psikolojide davranış etliğini öğrenmek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Endüstri psikolojisi ve endüstri psikolojisinin örgütsel süreçlerdeki uygulamaları ile insan kaynakları yönetimi konularında arka plan bilgisi geliştirmek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-