



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Kurumsal İletişim	REK217	3	3 + 0	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze)				
Amaç	Kurumsal İletişim dersinde iletişim teorileri ve modelleri kapsamında, öğrencilere örgüt içi iletişimin yanında, kurumsal iletişim ve kurumsal iletişimin önündeki engeller açıklanmaya çalışılır.				
Ders İçeriği	Kurumsal İletişim dersinde genel olarak iletişim modelleri ve bunların pratikte nasıl uygulandığı 14 haftalık içerikte öğrencilere anlatılmaktadır.				
Ders Kaynakları	Tutar, Hasan, (2009) Örgütsel İletişim, Seçkin Yayınları, Ankara				

Hafta	Konu
1	Giriş ve kavramsal çerçeve
2	Örgüt Kuramları ve İletişim
3	İletişim kavramı ve iletişim fonksiyonları
4	İletişim Süreci ve İletişimin Unsurları
5	İletişim Türleri ve Şekilleri
6	Örgütsel İletişimin Modelleri
7	Örgütsel İletişimin İşleyişi
8	Örgütsel İletişim Ağ Modelleri
9	Arasınave Örgütsel İletişim Ağ Modelleri
10	Örgütsel İletişim Engelleri ve Ortadan Kaldırılması
11	Örgütlerde Yazılı İletişim Örnekleri
12	Örgütlerde Teknik İletişim
13	Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel İletişim
14	Örgütsel İletişimde Etkinlik Faktörleri ve Yönetimi

Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir.
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir.
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- 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.
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar.
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir.
- 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
1) İletişim kavramının anlamını, sürecini, türlerini ve şekillerini kavrar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6) Örgütün iç ve dış çevresiyle ilgili iletişim kurma yöntemlerini öğrenir ve bunun önemini kavrar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5) Örgütlerde yazılı iletişim türlerini ve yazılı iletişim örneklerini öğrenir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4) Örgütsel iletişimin işleyişi ve örgütsel iletişim ağ modellerini öğrenir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7) Teknik iletişim, örgütsel iletişim araç ve yöntemleri, bilgi teknolojileri ve örgütsel iletişimin önemini kavrar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2) İletişimin kişisel ve örgütsel engellerini ve bunları aşma yollarını öğrenir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3) Örgütlerde iletişim ve fonksiyonlarını öğrenir, örgütsel iletişimin işleyişini kavrar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-