



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Kriz İletişimi ve Yönetimi	REK225	3	3 + 0	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Face to face)				
Amaç	Kriz iletişimi ve Yönetimi dersinde kriz anında işletmelerde uygulanacak olan iletişim ve yönetim stratejileri hakkında öğrencilerin bilgilendirilmesi amaçlanmıştır.				
Ders İçeriği	Ders kapsamında, kriz kavramı, kriz iletişimi, kriz yönetimi, işletmelerde kriz olmasına neden olan faktörler, kriz anında yapılacak faaliyetler örnek olay incelemeleri kapsamında aktarılmaktadır.				
Ders Kaynakları	Haşit Gürkan vd.,Kriz İletişimi ve Yönetimi, Ed: Gürkan Haşit, Anadolu Üniversitesi AÖ.F Yayınları, No:1776, Eskişehir,2013. , Koçel,Tamer, İşletme Yöneticiliği, 13.Baskı, Beta Basım ve Yayın Dağıtım, İstanbul, 2011. , İşletmecilikle ilgili güncel yayınlar. , İnternet kaynakları.				

Hafta	Konu
1	Kriz Kavramı
2	İşletmelerde Kriz Yaratan Faktörler
3	Kriz Sürecinin Aşamaları ve Etkileri
4	Kriz Yönetimi Kavramı
5	Kriz Yanıt Süreci
6	Kriz Öncesi Yapılacak Çalışmalar
7	Ara Sınav
8	Kriz Anında Yapılacak Çalışmalar
9	Kriz Sonrası Yapılacak Çalışmalar
10	Kriz İletişim Süreci ve Yeni Medya
11	Örnek Olay Çalışmaları
12	Örnek Olay Çalışmaları
13	Örnek Olay Çalışmaları
14	Örnek Olay Çalışmaları

Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmeye 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
İşletmelerde kriz ve kriz yaratan faktörleri ifade edebilecek.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kriz sürecinin aşamaları ve etkilerini listeleyebilecek.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kriz yönetimi kavramını açıklayabilecek.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Başarılı kriz yönetimi çalışmalarını örneklendirebilecek.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kriz iletişim süreci ve yeni medya kavramlarını açıklayabilecek.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-