

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SIY 621 Communication organisationnelle et gestion de réputation	1	2	0	0	2	4
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Obligatoire					
Niveau du Cours	Master					
Objectif du Cours	<p>La communication d'entreprise est toute les formes de communication utilisées par l'organisation. L'objectif de ce cours est de préciser les objectifs de la communication organisationnelle, faire apprendre les méthodes et l'utilisation des instruments de la communication dans les organisations. Pendant ce cours on va examiner le rôle de la communication à la gestion de réputation</p> <p>1er cours: Organisation/communication organisationnelle, les objectifs.</p> <p>2eme cours: Les théories de management.</p> <p>3eme cours: Les instruments de la communication organisationnelle.</p> <p>4eme cours: Les réseaux de la communication organisationnelle.</p> <p>5eme cours : Identité et image institutionnelle.</p> <p>6eme cours: Culture d'entreprise.</p> <p>7eme cours: Examen partiel.</p> <p>8eme cours: La réputation d'entreprise.</p> <p>9eme cours: La gestion de réputation et la préservation de la réputation d'entreprise.</p> <p>10eme cours: L'évaluation de la réputation d'entreprise.</p> <p>11eme cours: Leadership et communication.</p> <p>12eme cours: L'application et analyse des étudiants.</p> <p>13eme cours: L'application et analyse des étudiants.</p> <p>14eme cours: L'application et analyse des étudiants.</p>					
Contenus						

## Ressources

- Haluk Gürgen. Örgütlerde İletişim Kalitesi. Der Yayınları, 1997.  
Zeyyad Sabuncuoğlu. Örgütlerde İletişim. Arıkan Yayınları, 2009.  
Ayla Okay. Kurum Kimliği. Mediacat Yayınları, 1999  
Cees B.M. van Riel and Charles Fombrun. Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management. Routledge, 2007.  
Peter Steidl and Garry Emery, Corporate Image and Identity Strategies Designing the Corporate Future. Business & Professional Publishing, 1999.  
John M.T. Balmer and Stephan A. Greyser, Revealing the Corporation: Perspectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding. Routledge.  
John Doorley and Helio Fred Garcia. Reputation Management, Routledge, 2007  
Naomi Langford and Woodand Brian Salter, Critical Corporate Communications: a Best Practice Blueprint. John Wiley & Sons, 2003  
James Horton, Integrating Corporate Communication, Quorum Books, 1995  
Pekka Aula, Strategic Reputation Management: Towards Company of Good. Routledge, 2008.

## Intitulés des Sujets Théoriques

### Semaine

### Intitulés des Sujets

- 1 Organisation/communication organisationnelle, les objectifs.
- 2 Les théories de management.
- 3 Les instruments de la communication organisationnelle.
- 4 Les réseaux de la communication organisationnelle.
- 5 Identité et image institutionnelle.
- 6 Culture d'entreprise.
- 7 Examen partiel.
- 8 La réputation d'entreprise.
- 9 La gestion de réputation et la préservation de la réputation d'entreprise.
- 10 L'évaluation de la réputation d'entreprise.
- 11 Leadership et communication.
- 12 L'application et analyse des étudiants.
- 13 L'application et analyse des étudiants.
- 14 L'application et analyse des étudiants.