Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
RPS 593	Strategies en Relations Publiques et Pratiques digitales	2	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	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.
Contenus	1er cours: Organisation/communication organisationnelle, les objectifs. 2eme cours: Les théories de management. 3eme cours: Les instruments de la communication organisationnelle. 4eme cours: Les réseaux de la communication organisationnelle. 5eme cours : Identité et image institutionnelle. 6eme cours: Culture d'entreprise. 7eme cours: Examen partiel. 8eme cours: La réputation d'entreprise. 9eme cours: La gestion de réputation et la préservation de la réputation d'entreprise. 10eme cours: L'évaluation de la réputation d'entreprise. 11eme cours: Leadership et communication. 12eme cours: L'application et analyse des étudiants. 13eme cours: L'application et analyse des étudiants. 14eme cours: L'application et analyse des étudiants.

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: Pespectives 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