**Contenus**

| Code du Cours | Nom du Cours | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CO-E 551 | Communication organisationnelle | 1 | 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.<br><br>- |
| Contenus | 1er cours: Organisation/ communication organisationnelle, les objectifs.<br>2ème cours: les théories de management.<br>3ème cours: Les instruments de la communication organisationnelle.<br>4ème cours: Les réseaux de la communication organisationnelle.<br>5ème cours: Identité et image institutionnelle.<br>6ème cours: Culture d'entreprise.<br>7ème cours : Examen partiel.<br>8ème cours: La réputation d'entreprise.<br>9ème cours: Leadership et communication.<br>10èmecours: Les obstacles de la communication dans les organisations.<br>11ème cours: L'application et analyse des étudiants.<br>12ème cours: L'application et analyse des étudiants.<br>13ème cours: L'application et analyse des étudiants.<br>14ème cours: L'application et analyse des étudiants. |
| Ressources | GÜRGEN Haluk, Örgütlerde İletişim Kalitesi, Der Yayınları, 1997.<br>SABUNCUOĞLU Zeyyad, Örgütlerde İletişim, Arıkan Yayınları, 2009.<br>OKAY Ayla, Kurum Kimliği, Media Cat Yayınları, 1999.<br>VURAL Beril Akıncı, Kurum Kültürü, İletişim Yayınları, 2003.<br>Van RIEL Cees B.M., Principles of Corporate Communication, Prentice Hall, 1995.<br>STEIDL Peter - EMERY Garry, CorporateImage and Identitiy Strategies Designing the corporate Future, Business & Professional Publishing, 1999.<br>BALMER John M.T. and GREYSER Stephan A., Revealing the Corporation, perspectives on identity, image, reputation, corporate branding, Routledge.<br>DOORLEY John and GARCIA Helio Fred, Reputation Management, Routledge, 2007.<br>LANGFORD Naomi and SALTER Woodand Brian, Critical Corporate Communications: a best practice blueprint, John Wiley & Sons, 2003.<br>HORTON James, Integrating Corporate Communication,Quorum Books, 1995. |

**Intitulés des Sujets Théoriques**

| Semaine | Intitulés des Sujets |
|---|---|
| 1 | Organisation/ communication organisationnelle, les |
| 2 | les théories de management. |
| 3 | Les instruments de la communication |
| 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 | Leadership et communication. |
| 10 | Les obstacles de la communication dans les |
| 11 | L'application et analyse des étudiants. |
| 12 | L'application et analyse des étudiants. |
| 13 | L'application et analyse des étudiants. |
| 14 | L'application et analyse des étudiants. |