

## Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 634	Management de la communication de crise	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	Les connaissances acquises dans ce cours va générer une base afin de gérer une crise d'une marque et la reputation des entreprises. Ce cours vise à améliorer les connaissances et les compétences sur la prévision, la gestion, de contrôle et l'évaluation, vise également à améliorer la perspective critique et analytique.
Contenus	Gestion de crise, de risque et des problemes Gestion de communication de crise et de risque Plan de gestion de crise Stratégies de communication de crise Etudes de cas Gestion de crise pour les médias sociaux Measurement et évaluation des crises
Ressources	Notes du cours. ? George TERZIS and Myria VASSILADOU, "The Role of the Media During Crisis", <a href="http://www.communicatecooperate.eu/index.php/ezwebin_site/content/download/109/502/file/The_Role_of_the_Media_during_Crises.pdf">www.communicatecooperate.eu/index.php/ezwebin_site/content/download/109/502/file/The_Role_of_the_Media_during_Crises.pdf</a>  İnci ÇINARLI, "Risk İletişimi Açısından SARS (Şiddetli Akut Solunum Sendromu) Salgını", GSÜ İleti-ş-im Dergisi, no.2, Haziran 3005.  James E. LUKASZEWSKI, "Seven Dimensions of Crisis Communication Management: A Strategic Analysis and Planning Model", Ragan's Communication Journal, January/February, 1999.  Doug NEWSOM, Judy VANSLYKE TURK et Dean KRUCKEBERG. This is PR: The Realities of Public Relations, USA: Thomson/Wadsworth, 2003.  Katie PAINE DELAHAYE, "How to Mesure Your Results in Crisis", (2003), <a href="http://www.instituteforpr.com/pdf/HowtoMeasureYourResultsinaCrisis">http://www.instituteforpr.com/pdf/HowtoMeasureYourResultsinaCrisis</a> , KatieDelahayePaine2002.pdfIPR, 11.06.2006.  Mine ŞİMŞEK NARBAY, Kriz İletişimi. İstanbul: Nobel Yayınları, 2006.  Michael REGESTER et Judy LARKIN, Risk Issues and Crisis Management in Public Relations: A Casebook of Best Practice, 4th. ed., London: Kogan Page, 2008.  Tamara KAPLAN, "How Effective Public Relations Saved Johnson & Johnson", <a href="http://www.personal.psu.edu/users/w/x/wxk116/tylenol/crisis.htm">http://www.personal.psu.edu/users/w/x/wxk116/tylenol/crisis.htm</a> , 10.03.2005.

## Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Définition de "crise" et la conceptualisation du processus de communication de crise et de gestion / Typologie de la crise et les étapes de la crise / Communication proactive et réactive de la gestion de crise.
2	La crise et la crédibilité: la définition des menaces contre la réputation de l'entreprise (réactions des activistes, rappel de produit, contentieux etc.) et perspectives globales de la crise (Enron, la crise financière et économique 2008 etc.).
3	Les théories de la communication de crise / Plan de gestion de crise / Les analyses des crises: Tekirdağ avion de Turkish Airlines, Toyota, Costa Cruises, BP déversement de pétrole du Golfe de Mexique, Volkswagen AG, Samsung Galaxy Note 7 etc.
4	Relations avec le média et la communication de crise / Gestion de crise sur médias sociaux.
5	La gestion de crise de la marque et ses effets sur la valeur de la marque
6	Evaluation de la gestion de crise / Mesure d'une performance de la communication de crise
7	Examen partiel
8	Les crises on-line et études des cas.
9	Les relations entre la gestion des problèmes- gestion du risque-gestion de crise.
10	Gestion du risque et communication du risque.
11	Présentations des simulations préparées par les étudiants
12	Présentations des simulations préparées par les étudiants
13	Présentations des simulations préparées par les étudiants
14	Présentations des simulations préparées par les étudiants