İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CO-E 634	Kriz İletişimi Yönetimi	2	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Bu derste elde edilecek bilgiler, kuruluşların marka ve itibarlarına yönelik kriz durumlarının yönetilmesinde temel oluşturacaktır. Ders kapsamında krizleri öngörme, planlama, yönetme, kontrol etme ve değerlendirme ile ilgili bilgi ve yetilerin artırılması hedeflenmektedir.
İçerik	Kriz yönetimi Risk yönetimi Sorun yönetimi Kriz ve risk iletişimi Kriz yönetim planı Kriz iletişimi kuramları Kriz İletişimi stratejileri Vaka analizleri Sosyal medyada kriz yönetimi Kriz yönetiminde ölçümleme ve değerlendirme

Kaynaklar	Ders notları. COOMBS, Timothy W. ve HOLLADAY, Sherry J. (Eds.). The Handbook of Crisis Communication, MA: Wiley and Blackwell, 2012. COOMBS, Timothy W. “Crisis Management and Communications”, Institute for Public Relations, 2007. ÇINARLI İnci, Kriz İletişimi: Örnek Vaka Analizleri ile, İstanbul: Beta Yayınları, 2016. DAHLEN, Michael ve LANGE, Fredrik. “A Disaster is Contagious: How a Brand in Crisis Affects Other Brand”, Journal of Advertising Research, December 2006, pp.389-397. DAWAR, Niraj ve PILLUTLA, Madan M. “Impact of Product-Harm Crises on Brand Equity: The Moderating Role of Consumer Expectations”, Journal of Marketing Research, Vol.37 (May 2000), pp.215-226. GEORGE, Amiso M. ve PRATT, Cornelius B. (Eds.). Case Studies in Crisis Communication: International Perspectives on Hits and Misses, NY: Routledge, 2011. REGESTER, Michael ve LARKIN, Judy. Risk Issues and Crisis Management in Public Relations, 4th ed., London: Kogan Page, 2008. SELLNOW Timothy L. ve SEEGER, Matthew W. Theorizing Crisis Communication, UK: Wiley&Sons, 2013. HEATH, Robert L. ve O’HAIR, Dan H. (Eds.). Handbook of Risk and Crisis Communication, NY: Routledge, 2010. LERBINGER, Otto. The Crisis Manager: Facing Disasters, Conflicts and Failures, 2.Baskı, NY: Routledge, 2012. PAINE DELAHAYE, Katie. “How to Measure Your Results in Crisis”, (2003), http://www.instituteforpr.com/pdf/HowtoMeasureYourResultsinaCrisis, KatieDelahayePaine2002.pdfIPR, 11.06.2006. SHIRE, Howard J. ve KAYAL, Justine. “Brand Crisis Management”, INTA Annual Meeting 2006. ŞİMŞEK NARBAY, Mine. Kriz İletişimi. İstanbul: Nobel Yayınları, 2006. ULMER, Robert R., SELLNOW, Timothy L. ve SEEGER, Matthew W. Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity, 2.Baskı, California: Sage Publications, 2011. DAHLEN, Michael ve LANGE, Fredrik “A Disaster is Contagious: How a Brand in Crisis Affects Other Brand”, Journal of Advertising Research, December 2006, pp.389-397. KAPLAN, Tamara. “How Effective Public Relations Saved Johnson & Johnson”, http://www.personal.psu.edu/users/w/x/wxk116/tylenol/crisis.html, 10.03.2005.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	‘Kriz’in tanımlanması ve krizi iletişimi ve yönetimi sürecinin kuramsal kavramlaştırması / Kriz tipolojileri ve krizin evreleri
2	Kriz ve itibar
3	Kriz iletişimi kuramları / Kriz yönetim planı (CMP) / Boeing 737 Max, Volkswagen Dieselgate, Pegasus Havayolları, Amazon gibi krizlerin analizleri.
4	Medya ile ilişkiler ve kriz iletişimi / Sosyal medyada kriz yönetimi ve iletişimi.
5	Marka krizi yönetimi (brand crisis management) ve marka değeri (brand equity) üzerindeki etkileri
6	Kriz yönetiminin değerlendirilmesi / Kriz iletişimi performansının ölçümlenmesi
7	Vize sınavı
8	Sosyal medya ve kriz iletişimi / On-line krizler ve vaka analizleri
9	Sorun yönetimi-risk yönetimi-kriz yönetimi ilişkisi
10	Risk yönetimi ve risk iletişimi
11	Öğrenci kriz simülasyonlarının sunumu

Hafta	Konu Başlıkları
12	Öğrenci kriz simülasyonlarının sunumu
13	Öğrenci kriz simülasyonlarının sunumu
14	Öğrenci kriz simülasyonlarının sunumu