İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CO-E 634	Kriz İletişimi Yönetimi	1	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 101: Dersin Kapsamı, Tanıtımı ve Tanışma
2	Kriz, risk ve sorun yönetimine kavramsal giriş; kriz tipolojileri
3	Kriz yönetim modelleri, kriz iletişimi ve iletişimde önemli hatalar
4	Kriz iletişimi kuramları, Kriz tepki stratejileri
5	Kriz yönetim planı, kriz ekibi, sözcü; medya ve paydaş ilişkileri
6	Kriz Yönetiminin değerlendirilmesi; sosyal medya, sorun yönetimi,
7	Vize sınavı
8	Risk kavramı ve tipolojileri; risk yönetimi, analizi, değerlendirmesi
9	Risk iletişimi yaklaşımları, risk algısı ve algıyı etkileyen faktörler
10	Korku kültürü, risk toplumu ve belirsizliği yönetmek
11	Vaka analizleri ve tartışma: CEO krizleri, tüketici tepkisi, maden faciası vakaları

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