

İTÜ
LİSANSÜSTÜ DERS KATALOG FORMU
(GRADUATE COURSE CATALOGUE FORM)

Dersin Adı:		Course Name:		
İletişim ve Müşteri İlişkileri		Communication and Client Relationships		
Kodu (Code)	Yarıyıl (Semester)	Kredisi (Local Credits)	AKTS Kredisi (ECTS Credits)	Ders Seviyesi (Course Level)
IMT 503	Güz Fall	3 (3+0)	3,5	Yüksek Lisans (Master of Interior Architectural Design)
Enstitü / Program (Institute/Program)	Sosyal Bilimler Enstitüsü/İç Mimarî Tasarım Uluslararası Yüksek Lisans Programı-IMIAD Graduate School of Arts and Social Sciences /International Master of Interior Architectural Design			
Dersin Türü (Course Type)	Zorunlu (Compulsory)		Dersin Dili (Course Language)	Türkçe (Turkish)
Dersin İçeriği (Course Description)	İletişimin önemi, iletişim süreci, iletişim teorileri; Kişilerarası iletişim ve grup iletişimi; Örgütsel iletişim; Görsel iletişim ve kurumsal kimlik; İnşaat sektöründe iletişim ve müşteri ilişkileri; İkna kavramı ve ikna edici iletişim; Toplantı yönetimi; Çatışma yönetimi; İnşaat sektöründe çatışma nedenleri ve çözüm yolları; Tasarımcılar için pazarlama temelleri; Çeşitli tasarım firmalarının pazarlama stratejilerinin incelenmesi			
	Importance of communication, communication process; Interpersonal communication and group communication; Organizational communication; Visual communication and Corporate identity; Communication in the construction sector and client relationships; Persuasion and persuasive communication; Meeting management; Conflict management; Causes and solutions to the conflict in the construction sector; Marketing basics for designers; Examination of marketing strategies of various design firms.			
Dersin Amacı (Course Objectives)	1. Öğrencilerin, iş ortamında iletişim ve çatışma çözme becerilerini geliştirmek, 2. Kurumsal kimlik öğelerini tanıtmak, 3. İç mimarlık mesleği ile ilişkili olarak pazarlama stratejilerini öğretmek 4. Gelecekteki işler için müşteriyi elde tutma yollarını öğretmek.			
	1. To improve students' communication and conflict resolution skills in business environment 2. To introduce elements of corporate identity 3. To teach marketing strategies in relation to interior architecture 4. To keep clients for future business			
Dersin Öğrenme Çıktıları (Course Learning Outcomes)	Bu dersi başarı ile tamamlayan öğrenciler aşağıdaki bilgi, beceri ve yetkinlikleri kazanırlar; I. İnsanlarla daha iyi iletişim kurabilme becerisi, II. İnsanları kolaylıkla ikna edebilme becerisi, III. Çatışmaları yönetebilme bilgi ve becerisi, IV. Kurumsal kimlik tasarlama becerisi, V. Pazarlama planı oluşturabilme yetkinliği			
	Students who successfully pass this course gain the following knowledge skills and competencies; I. The ability to be able to better communicate with people II. The ability to be able to persuade people easily III. The ability and knowledge to manage conflicts IV. The ability to design corporate identity V. The competency to prepare a marketing plan			

Diğer Kaynaklar (Other References) <i>Maddeler halinde en çok 5 adet</i>	Dainty, A., Moore D. And Murray M., (2006). <i>Communication in Construction</i> , Taylor & Francis, Londra. Emmitt S and Gorse, C., (2007). <i>Communication in Construction Teams</i> , Taylor & Francis, Londra. Okay, A., (2005). <i>Kurum Kimliği</i> , MediaCat Kitapları. Napoles, V., (1988). <i>Corporate identity design</i> , John Wiley & Sons, New York. Martin, J., D. and Knoo, N. (1995). <i>Marketing basics for designers : a sourcebook of strategies and ideas</i> , J. Wiley & Sons, New York. Preddy, S., (1997). <i>How to market design consultancy services : finding, winning and keeping clients</i> , Design Council/Gower, Hampshire.
Ödevler ve Projeler (Homework & Projects)	Ders kapsamındaki her konunun özeti ilgili dersten önce hazırlanır. Ev ödevi: İncelenen konulara ilişkin bir filmin analizi Dönem Ödevi: Ders kapsamındaki konularla ilgili Courses summary of each topic within the scope of the relevant courses will be prepared before. Homework assignment : Analysis of a movie relating to the course topics Term Paper: Related with the context of the course subject
Laboratuar Uygulamaları (Laboratory Work)	
Bilgisayar Kullanımı (Computer Use)	
Diğer Uygulamalar (Other Activities)	SUNUMLAR : Makale incelenmesi ve derste sunulması : Çeşitli firmaların kurumsal kimliklerinin incelenmesi ve derste sunulması PRESENTATIONS: An article analysis and oral presentation in class : Examination of corporate identities of various firms and oral presentation in class

DERS PLANI

Hafta	Konular	Dersin Çıktıları
1	Giriş: İletişimin önemi, iletişim süreci, iletişim teorileri	I
2	Kişilerarası iletişim ve grup iletişimi	I
3	Örgütsel iletişim; etkin bir iletişim kültürünün oluşturulması; uygun iletişim yollarının seçilmesi ve iletişimde kültürel farklılıklar	I
4	Görsel iletişim ve Kurumsal kimlik	I, IV
5	Kurumsal kimliğe ilişkin araştırma ve makalelerin incelenmesi	IV
6	Çeşitli firmaların kurumsal kimliklerinin incelenmesi	IV
7	İnşaat sektöründe iletişim ve müşteri ilişkileri: Tasarım, yapım, kullanım ve değerlendirme sürecinde iletişim Konuya ilişkin araştırma ve makalelerin incelenmesi ve tartışma	I
8	İkna kavramı ve ikna edici iletişim Toplantı yönetimi	I, II
9	Çatışma yönetimi	III
10	İncelenen konulara ilişkin film gösterimi	I,II,III
11	İnşaat sektöründe çatışma nedenleri ve çözüm yolları Konuya ilişkin araştırma ve makalelerin incelenmesi ve tartışma	III
12	Tasarımcılar için pazarlama temelleri: Pazarda bir niş bulmak ve pazarlama planı oluşturmak	V
13	Tasarımcılar için pazarlama temelleri: Olası müşterilerle ilişki kurmak ve müşterileri gelecekteki işler için korumak	II,V
14	Tasarım hizmetleri satışı Çeşitli tasarım firmalarının pazarlama stratejilerinin incelenmesi	II,V

COURSE PLAN

Weeks	Topics	Course Outcomes
1	Introduction: Importance of communication, communication process	I
2	Interpersonal communication and group communication	I
3	Organizational communication; building an effective communication culture; selecting appropriate communication media and cultural differences in communication	I
4	Visual communication and Corporate identity	I, IV
5	Examination of researches and articles on corporate identity	IV
6	Examination of corporate identities of various firms	IV
7	Communication in the construction sector and client relationships: Communication in the process of design, construction, use and evaluation Examination of researches and articles on the subject and discussion	I
8	Persuasion and persuasive communication Meeting management	I, II
9	Conflict management	III
10	Teaching with movies on related topics	I,II,III
11	Causes and solutions to the conflict in the construction sector Examination of researches and articles on the subject and discussion	III
12	Marketing basics for designers: Finding a niche in the market and making marketing plans	V
13	Marketing basics for designers: Building a relationship with prospective clients and Keeping clients for future business	II,V
14	Selling design services Examination of marketing strategies of various design firms	II,V

Dersin İç Mimari Tasarım Uluslararası Yüksek Lisans Programıyla İlişkisi

	Programın mezuna kazandıracığı bilgi, beceri ve yetkinlikler (programa ait çıktılar)	Katkı Seviyesi		
		1	2	3
i.	Lisans düzeyi yeterliliklerine dayalı olarak, iç mimari tasarım alanında edindiği uzmanlık düzeyindeki kuramsal ve uygulamalı bilgi ve becerileri kullanabilme(iii), yorumlayabilme, eleştirel bir yaklaşımla değerlendirebilme ve öğrenmesini yönlendirebilme (ix), geliştirebilme ve derinleştirebilme (i) ve alanı ile ilgili karşılaşılan sorunları araştırma yöntemlerini kullanarak çözümlenebilme (v), (<i>bilgi, beceri, öğrenme yetkinliği</i>).		X	
ii.	İç mimari tasarım alanının ilişkili olduğu disiplinlerarası etkileşimi kavrayabilme (ii), iç mimari tasarım alanından edindiği bilgileri farklı disiplin alanlarından gelen bilgilerle bütünleştirerek yorumlayabilme ve yeni bilgiler oluşturabilme (iv) ve özümlediği bilgiyi, problem çözme ve/veya uygulama becerilerini, disiplinlerarası çalışmalarda kullanabilme (xvi), (<i>bilgi, beceri, alana özgü yetkinlik</i>)		X	
iii.	İç mimari ile ilgili uzmanlık gerektiren bir çalışmayı bağımsız olarak yürütebilme (vi), iç mimarlık alanında edindiği uzmanlık düzeyindeki bilgi ve becerileri alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemez karmaşık sorunların çözümü için yeni stratejik yaklaşımlar geliştirebilme ve sorumluluk alarak çözüm üretebilme (vii) ve liderlik yapabilme (viii), (<i>bağımsız çalışabilme ve sorumluluk alabilme yetkinliği</i>)	X		
iv.	Sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısı ile inceleyebilme, geliştirebilme ve gerektiğinde değiştirmek üzere harekete geçebilme (xi), (<i>iletişim ve sosyal yetkinlik</i>).			X
v.	İç mimari tasarım ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, uygulanması ve duyurulması aşamalarını toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerleri gözeterek denetleyebilme ve bu değerleri öğretebilme (xiv); strateji, politika ve uygulama planları geliştirebilme ve elde edilen sonuçları, kalite süreçleri çerçevesinde değerlendirebilme (xv), (<i>alana özgü yetkinlik</i>).		X	

vi.	İç mimari tasarım ile ilişkili olan güncel gelişmeleri ve kendi çalışmalarını, nicel ve nitel veriler ile destekleyerek (x), İç mimari tasarımın gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanarak (xiii), kendi çalışmalarını alanındaki ve alan dışındaki gruplara uluslararası platformlarda yazılı, sözlü ve/veya görsel olarak aktarabilme(xviii) ve bir yabancı dili ileri düzeyde kullanarak iletişim kurma (xii), (<i>iletişim ve sosyal yetkinlik, alana özgü yetkinlik</i>).			X
-----	---	--	--	---

1: Az, 2. Kısmi, 3. Tam

Relationship between the Course and the International Master of International Architectural Design Program

	Program Outcomes	Level of Contribution		
		1	2	3
i.	Based upon the competency in the undergraduate level, the ability to use the expert-level theoretical and practical knowledge acquired in the interior architecture design (iii), assessing the specialistic knowledge and skill gained through the study with a critical view and directing one's own learning process (ix), developing and intensifying (which are processed within the area) (i) and solving the problems faced in the area by making use of the research methods (v), (<i>knowledge, skill, learning competence</i>)		X	
ii.	Grasping the inter-disciplinary interaction related to the interior architecture design (ii), Interpreting and forming new types of knowledge by combining the knowledge from the area and knowledge from various other disciplines (iv) and using the knowledge and the skills for problem solving and/or application (which are processed within the area) in inter-disciplinary studies (xvi), (<i>knowledge, skill, learning competence , area spesific competency</i>)		X	
iii.	The ability to carry out a specialistic study related to the interior architecture design independently (vi); developing new strategic approaches to solve the unforeseen and complex problems arising in the practical processes of the area and coming up with solutions while taking responsibility (vii) and fulfilling the leader role in the area (viii), (<i>Competence to work independently and take responsibility</i>)	X		
iv.	Ability to see and develop social relationships and the norms directing these relationships with a critical look and the ability to take action to change these when necessary (xi), (<i>Communication and social competency</i>).			X
v.	Paying regard to social, scientific, cultural and ethical values during the collecting, interpreting, practicing and announcing processes of the interior architecture design related data and the ability to teach these values to others (xiv); developing strategy, policy and application plans concerning the subjects related to the area and the ability to evaluate the end results of these plans within the frame of quality processes (xv), (<i>Area spesific competency</i>).		X	
vi.	Systematically transferring the current developments in the interior architecture design and one's own work to other groups in and out the area (x), Using the computer software together with the information and communication technologies efficiently and according to the needs of the area (xiii), the ability to present one' s own work within the international environments orally, visually and in written forms (xviii) and having proficiency in a foreign language – at least European Language Portfolio B2 Level – and establishing written and oral communication with that language (xii) (<i>Communication and Social Competency, Area Spesific Competency</i>).			X

1: Little, 2. Partial, 3. Full

<u><i>Düzenleyen (Prepared by)</i></u>	<u><i>Tarih (Date)</i></u>	<u><i>İmza (Signature)</i></u>
--	----------------------------	--------------------------------

