

T.C
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜM BAŞKANLIĞI
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
14/03/2025	97753536-050.04	06

14/03/2025 tarihinde saat 10:00'da Dr. Öğr. Üyesi Hülya Anakız Ertürk başkanlığında, aşağıda imzaları bulunan üyelerin katılımlarıyla toplanarak gündemdeki konular görüşülmüş ve aşağıdaki kararlar alınmıştır.

Toplantıya Katılanlar:

Başkan:Dr. Öğr. Üyesi Hülya Anakız ERTÜRK

Üye :Prof. Dr. Elif ŞEŞEN

Üye :Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT

Üye :Dr. Öğr. Üyesi Işıl HORZUM KOŞAR

Üye :Arş. Gör. Dr. Serhat MAD SAR

Üye :Öğrenci Temsilcisi Furkan GÜLTEKİN

Karar No 2025/07:

Danışma Kurulu Toplantı Raporu, Öğrenci Memnuniyet Anketi Raporu, Mezunlar Ders Önerisi Anketi Raporu ve AKTS İş Yüğü Raporları değerlendirilerek hazırlanan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Ders Planı değişikliği önerisi ile ilgili Eğitim Öğretim Komisyonun 13/03/2025 tarihli ve 2025/03/04 sayılı kararı görüşüldü.

Danışma Kurulu Toplantı Raporu, Öğrenci Memnuniyet Anketi Raporu, Mezunlar Ders Önerisi Anketi Raporu ve AKTS İş Yüğü Raporları değerlendirilerek Bölüm içi öğretim elemanları ile Fakültemiz diğer bölümlerinin öğretim elemanlarının da görüşleri doğrultusunda hazırlanan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Ders Planı değişikliğinin Eğitim Öğretim Komisyonundan geldiği şekliyle kabulüne ve kararın Bölüm Kurulunda görüşülmesine karar verildi.

e-imzalıdır

Dr. Öğr. Üyesi Hülya Anakız Ertürk
Öğretim Üyesi

Prof. Dr. Elif ŞEŞEN
Öğretim Üyesi

Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT
Öğretim Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Işıl HORZUM
KOŞAR
Öğretim Üyesi

Arş. Gör. Serhat MAD SAR
Araştırma Görevlisi

Raportör:
14/03/2025 Cumali AKTÜRK
Bölüm Sekreteri



T.C
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜM BAŞKANLIĞI
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
14/03/2025	97753536-050.04	06

NÖHÜ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
DERS PLANI DEĞİŞİKLİĞİ ÖNERİSİ
(2025-2026 Eğitim Öğretim Yılı)

1. SINIF 1. YARIYIL (GÜZ)

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR1001	Genel İktisat	2	0	3
HIR1003	İletişime Giriş	3	0	5
HIR1005	Davranış Bilimleri	3	0	4
HIR1007	Güzel Sanatlar	2	1	6
HIR1009	Temel Hukuk	2	0	2
TDL1011	Türk Dili I	2	0	2
YDL1013	Yabancı Dil I	3	0	3
ATA1015	Atatürk İlkeleri İnkılap Tarihi I	2	0	2
ENF1021	Temel Bilgisayar	2	2	3
TOPLAM		21	3	30

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR1001	Genel İktisat	2	0	3
HIR1003	İletişime Giriş	3	0	5
HIR1005	Davranış Bilimleri	3	0	4
HIR1007	Güzel Sanatlar	2	1	6
HIR1009	Temel Hukuk	2	0	2
TDL1011	Türk Dili I	2	0	2
YDL1013	Yabancı Dil I	3	0	3
ATA1015	Atatürk İlkeleri İnkılap Tarihi I	2	0	2
ENF1021	Temel Bilgisayar	2	2	3
TOPLAM		21	3	30

1. SINIF 2. YARIYIL (BAHAR)

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR1002	Halkla İlişkilere Giriş	2	1	5
HIR1004	Reklamcılığa Giriş	2	1	5
HIR1006	Sosyoloji	2	0	2
HIR1008	İşletme	1	2	5
HIR1010	Siyasal Düşünceler Tarihi	3	0	4
HIR1012	Yazılı ve Sözlü Anlatım	2	0	2
TDL1012	Türk Dili II	2	0	2
YDL1014	Yabancı Dil II	3	0	3
ATA1016	Atatürk İlkeleri İnkılap Tarihi II	2	0	2
TOPLAM		19	4	30

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR1002	Halkla İlişkilere Giriş	2	1	5
HIR1004	Reklamcılığa Giriş	2	1	5
HIR1006	Sosyoloji	2	0	2
HIR1008	İşletme	3	0	5
HIR1010	Siyasal Düşünceler Tarihi	2	0	4
HIR1012	Yazılı ve Sözlü Anlatım	1	1	2
TDL1012	Türk Dili II	2	0	2
YDL1014	Yabancı Dil II	3	0	3
ATA1016	Atatürk İlkeleri İnkılap Tarihi II	2	0	2
TOPLAM		19	3	30

2. SINIF 3. YARIYIL (GÜZ)

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR2001	Kişiler Arası İletişim	2	1	5
HIR2003	Araştırma Yöntemleri	2	1	4
HIR2005	Grafik Tasarım I (1)	1	2	6
HIR2007	Temel Fotoğrafçılık	1	2	6
HIR2009	İletişim Kuramları (1)	3	0	4
HIR2011	Tüketici Davranışı	3	0	5
TOPLAM		12	6	30

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR2001	Kişiler Arası İletişim	2	1	5
HIR2003	Araştırma Yöntemleri	2	1	4
HIR2005	Grafik Tasarım I (1)	1	2	5
HIR2007	Temel Fotoğrafçılık	1	2	6
HIR2009	İletişim Kuramları (1)	3	0	5
HIR2011	Tüketici Davranışı	3	0	5
TOPLAM		12	6	30

(1) AKTS değişikliği önerilmektedir (Ek 1 AKTS İş Yüğü Raporları ve Ek 2 AKTS İş Yüğü Odak Grup Raporu)

2. SINIF 4. YARIYIL (BAHAR)

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR2002	Kurumsal İletişim	2	1	4
HIR2004	İletişim Araştırmaları (2)	2	1	6
HIR2006	Reklam Metin Yazarlığı (2)	1	2	6
HIR2008	Grafik Tasarım II (2)	1	2	6
HIR2010	Pazarlama İletişimi	3	0	4
HIR2012	Mesleki Yabancı Dil	3	0	4
TOPLAM		11	7	30

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR2002	Kurumsal İletişim	2	1	4
HIR2004	İletişim Araştırmaları (2)	2	1	4
HIR2006	Reklam Metin Yazarlığı (2)	1	2	5
HIR2008	Grafik Tasarım II (2)	1	2	5
HIR2010	Pazarlama İletişimi	3	0	4
HIR2012	Mesleki Yabancı Dil	3	0	4
HIR2014	Eleştirel Kuramlar (3)	3	0	4
TOPLAM		12	6	30

(2) AKTS değişikliği önerilmektedir (Ek 1 AKTS İş Yükü Raporları ve Ek 2 AKTS İş Yükü Odak Grup Raporu)

(3) Danışma Kurulu tarafından önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu). Program Çıktısı 1'e ulaşılmasına katkıda bulunacaktır (Ek 4 Bölüm Eğitim Amacı, Hedefleri ve PÇ Kararı)

3. SINIF 5. YARIYIL (GÜZ)

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR3001	Medya Okuryazarlığı	2	1	5
HIR3003	Reklam Uygulamaları	2	1	5
HIR3005	İletişim Hukuku ve Etiği	3	0	5
HIR3007	Staj	0	0	5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
TOPLAM				30

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR3001	Medya Okuryazarlığı	2	1	5
HIR3003	Reklam Uygulamaları	2	1	5
HIR3005	İletişim Hukuku ve Etiği	3	0	5
HIR3007	Staj	0	0	5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
TOPLAM				30

5. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR3021	Popüler Kültür	3	0	5
HIR3023	Örgüt Psikolojisi	3	0	5
HIR3025	Kriz İletişimi	2	1	5
HIR3027	Sosyal Medya (4)	2	1	5
HIR3029	Turizm ve Tanıtım (5)	1	1	5
HIR3031	İmagoloji ve Beden Dili	1	2	5
HIR3033	Protokol Yönetimi	2	1	5
HIR3035	Yazışma Teknikleri (6)	1	2	5
HIR3037	Kamuda Halkla İlişkiler	2	1	5
HIR3039	Felsefe (6)	3	0	5
HIR3041	Sponsorluk	1	2	5
HIR3043	Etkili İletişim ve Sunum Teknikleri	2	1	5
HIR3045	Reklam Fotoğrafçılığı (7)	1	2	5
HIR3047	Temel Pazarlama Stratejileri	3	0	5

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR3021	Popüler Kültür	3	0	5
HIR3023	Örgüt Psikolojisi	3	0	5
HIR3025	Kriz İletişimi	2	1	5
HIR3027	Sosyal Medya Yönetimi (4)	2	1	5
HIR3029	Siyaset, Medya ve Etik (8)	3	0	5
HIR3031	İmagoloji ve Beden Dili	1	2	5
HIR3033	Protokol Yönetimi	2	1	5
HIR3035	Temel Pazarlama Stratejileri	3	0	5
HIR3037	Kamuda Halkla İlişkiler	2	1	5
HIR3039	Dijital Bilgi Kaynakları (9)	2	1	5
HIR3041	Sponsorluk	1	2	5
HIR3043	Etkili İletişim ve Sunum Teknikleri	2	1	5
HIR3045	Reklam Fotoğrafçılığı (7)	1	2	5
HIR3047	Medya ve Tüketim Toplumu (10)	2	1	5
HIR3049	Sağlık İletişimi (11)	2	1	5

(4) İsim değişikliği önerilmektedir (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu)

(5) 5. Yarıyıldan 7. Yarıyla alınması önerilmektedir.

(6) Dersin kaldırılması önerilmektedir (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu)

(7) Dersin ön şartının kaldırılması önerilmektedir (Ek 7 Ders Planı Değişikliği Toplantı Kararı)

(8) Danışma Kurulu tarafından önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu). Program Çıktısı 8 ve 17'ye ulaşılmasına katkıda bulunacaktır (Ek 4 Bölüm Eğitim Amacı, Hedefleri ve PÇ Kararı)

(9) 7. Yarıyıldan 5. Yarıyla alınması önerilmektedir.

(10) Danışma Kurulu tarafından önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu) Program Çıktısı 13'e ulaşılmasına katkıda bulunacaktır (Ek 4 Bölüm Eğitim Amacı, Hedefleri ve PÇ Kararı)

(11) Danışma Kurulu tarafından önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu)

3. SINIF 6. YARIYIL (BAHAR)

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR3002	Kampanya Yönetimi	1	2	5
HIR3004	Medya Planlama	2	1	5
HIR3006	Radio-TV’de Reklam Teknikleri	2	2	5
HIR3008	Staj	0	0	5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
TOPLAM				30

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR3002	Kampanya Yönetimi	1	2	5
HIR3004	Medya Planlama	2	1	5
HIR3006	Radio-TV’de Reklam Teknikleri	2	2	5
HIR3008	Staj	0	0	5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
TOPLAM				30

6. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR3018	Ajans Yönetimi	2	1	5
HIR3020	Proje Hazırlama	1	2	5
HIR3022	Girişimcilik	4	0	5
HIR3024	Sanal Ortamda Halkla İlişkiler	2	1	5
HIR3026	Kültürlerarası İletişim	3	0	5
HIR3028	Güncel Ekonomik Sorunlar	3	0	5
HIR3030	İkna Kuramları	3	0	5
HIR3032	Lobicilik	2	1	5
HIR3034	Sosyal Sorumluluk (12)	3	0	5
HIR3036	Retorik	1	2	5
HIR3038	Etkinlik Yönetimi	1	2	5
HIR3040	İletişim Sosyolojisi	3	0	5
HIR3042	Dijital Pazarlama	2	1	5

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR3018	Ajans Yönetimi	2	1	5
HIR3020	Proje Hazırlama	1	2	5
HIR3022	Girişimcilik	4	0	5
HIR3024	Sanal Ortamda Halkla İlişkiler	2	1	5
HIR3026	Kültürlerarası İletişim	3	0	5
HIR3028	Güncel Ekonomik Sorunlar	3	0	5
HIR3030	İkna Kuramları	3	0	5
HIR3032	Lobicilik	2	1	5
HIR3034	Sosyal Sorumluluk (12)	1	2	5
HIR3036	Retorik	1	2	5
HIR3038	Etkinlik Yönetimi	1	2	5
HIR3040	İletişim Sosyolojisi	3	0	5
HIR3042	Dijital Pazarlama	2	1	5
HIR3044	Toplumsal Cinsiyet ve Medya (13)	2	1	5
HIR3046	Sürdürülebilirlik İletişimi (14)	2	1	5
HIR3048	Reklam Senaryosu (15)	1	2	5

(12) Uygulama ağırlıklı bir ders olup AKTS değişikliği önerilmektedir (Ek 1 AKTS İş Yükü Raporları ve Ek 2 AKTS İş Yükü Odak Grup Raporu)

(13) Danışma Kurulu tarafından önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu)

(14) Danışma Kurulu tarafından ve Öğrenci Memnuniyet Anketi sonucunda önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu ve Ek 5 Öğrenci Memnuniyet Anketi Raporu)

(15) 8. Yarıyıldan 6. Yarıyıla alınması önerilmektedir. 8. Yarıyıldaki Reklam Filmi dersi kapsamındaki uygulamaya altlık oluşturmaktadır.

4. SINIF 7. YARIYIL (GÜZ)

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR4000	Bitirme Projesi	0	2	5
HIR4003	Kamuoyu Araştırmaları	2	1	5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
TOPLAM				30

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR4000	Bitirme Projesi	0	2	5
HIR4003	Kamuoyu Araştırmaları	2	1	5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
TOPLAM				30

7. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR4021	Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku	2	0	5
HIR4023	Mitoloji (16)	2	0	5
HIR4025	Göstergebilim	2	0	5
HIR4027	Küreselleşme ve Postmodernite	2	0	5
HIR4029	Marka Yönetimi	2	0	5
HIR4031	Web Tasarımı	1	2	5
HIR4033	Haber Sunum Teknikleri	1	1	5
HIR4035	İnsan Kaynakları Yönetimi	1	1	5
HIR4039	Sinemada Reklam (17)	1	1	5
HIR4041	İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku (18)	2	0	5
HIR4043	Toplumsal Hareketler ve Medya (20)	2	0	5
HIR4045	Dijital Bilgi Kaynakları (9)	2	0	5
HIR4047	İletişimde Yaratıcı Drama	2	0	5

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR4021	Fikir ve Sanat Eserleri Hukuku	2	0	5
HIR4023	Dijital İçerik Yönetimi (19)	2	0	5
HIR4025	Göstergebilim	2	0	5
HIR4027	Küreselleşme ve Postmodernite	2	0	5
HIR4029	Marka Yönetimi	2	0	5
HIR4031	Web Tasarımı	1	2	5
HIR4033	Haber Sunum Teknikleri	1	1	5
HIR4035	İnsan Kaynakları Yönetimi	1	1	5
HIR4039	Sinemada Reklam (17)	1	1	5
HIR4041	İş Sağlığı ve Güvenliği (18)	2	0	5
HIR4043	Toplumsal Hareketler ve Medya (20)	3	0	5
HIR4045	İletişimde Yaratıcı Drama	2	1	5
HIR4047	Turizm ve Tanıtım (5)	1	1	5
HIR4049	Reklam ve Halkla İlişkilerde Etik (21)	2	1	5
HIR4051	Kamu Diplomasisi (22)	2	1	5
HIR4053	Göç ve İletişim (23)	3	0	5

(5) 5. Yarıyıldan 7. Yarıyıla alınması önerilmektedir.

(9) 7. Yarıyıldan 5. Yarıyıla alınması önerilmektedir.

(16) Dersin kaldırılması önerilmektedir (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu)

(17) Dersin ön şartının kaldırılması önerilmektedir (Ek 7 Ders Planı Değişikliği Toplantı Kararı)

(18) Dersin adının değiştirilmesi önerilmektedir. İLAD İletişim Alanı Kazanımlarının 3.10. Maddesinin karşılanmasını sağlayacaktır (Ek 8 İLAD İletişim Alanı Kazanımları).

(19) Danışma Kurulu tarafından ve Öğrenci Memnuniyet Anketi sonucunda önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu ve Ek 5 Öğrenci Memnuniyet Anketi Raporu)

(20) AKTS değişikliği önerilmektedir (Ek 1 AKTS İş Yükü Raporları ve Ek 2 AKTS İş Yükü Odak Grup Raporu)

(21) Danışma Kurulu tarafından önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu). Program Çıktısı 8 ve 17'ye ulaşılmasına katkıda bulunacaktır (Ek 4 Bölüm Eğitim Amacı, Hedefleri ve PÇ Kararı)

(22) Danışma Kurulu tarafından önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu). İLAD İletişim Alanı Kazanımlarının 3.7. Maddesinin karşılanmasına katkıda bulunacaktır (Ek 8 İLAD İletişim Alanı Kazanımları).

(23) Danışma Kurulu tarafından önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu)

4. SINIF 8. YARIYIL (BAHAR)

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR4000	Bitirme Projesi	0	2	5
HIR4002	Diksiyon	1	2	5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
TOPLAM				30

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR4000	Bitirme Projesi	0	2	5
HIR4002	Diksiyon	1	2	5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
	Seçmeli Ders			5
TOPLAM				30

8. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER

Mevcut

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR4016	Müşteri İlişkileri Yönetimi	2	1	5
HIR4018	Reklam Filmi (24)	1	2	5
HIR4020	Uluslararası Halkla İlişkiler	2	1	5
HIR4022	İmaj Yönetimi	3	0	5
HIR4024	Grafik ve Animasyon	1	3	5
HIR4026	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	2	1	5
HIR4028	Reklam Senaryosu (15)	1	2	5
HIR4030	Siyasal İletişim	3	0	5
HIR4032	Sosyal Politika	3	0	5
HIR4034	Yeni İletişim Teknolojileri	3	0	5
HIR4036	Çevre ve Politikaları	2	1	5
HIR4038	Türkiye Ekonomisi	3	0	5
HIR4040	Gündelik Hayat ve Medya	2	0	5
HIR4042	Çocuk ve Medya	3	0	5

Öneri

D. Kodu	Dersin Adı	T	P	A
HIR4016	Müşteri İlişkileri Yönetimi	2	1	5
HIR4018	Reklam Filmi (24)	1	2	5
HIR4020	Uluslararası Halkla İlişkiler	2	1	5
HIR3022	İmaj Yönetimi	3	0	5
HIR4024	Grafik ve Animasyon	1	3	5
HIR4026	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	2	1	5
HIR4028	Siyasal İletişim	2	1	5
HIR4030	Sosyal Politika	3	0	5
HIR4032	Yeni İletişim Teknolojileri	3	0	5
HIR4034	Çevre ve Politikaları	2	1	5
HIR4036	Türkiye Ekonomisi	3	0	5
HIR4038	Gündelik Hayat ve Medya	3	0	5
HIR4040	Çocuk ve Medya	3	0	5
HIR4042	Yapay Zeka ve İletişim (25)	2	1	5
HIR4044	Veri Madenciliği (26)	2	1	5
HIR4046	Psikanalitik Kuram ve Yaratıcılık (27)	2	1	5

(15) 8. Yarıyıldan 6. Yarıyla alınması önerilmektedir. 8. Yarıyıldaki Reklam Filmi dersi kapsamındaki uygulamalara altlık oluşturmaktadır.

(24) Dersin ön şartının kaldırılması önerilmektedir (Ek 7 Ders Planı Değişikliği Toplantı Kararı)

(25) Danışma Kurulu, Mezun Memnuniyet Anketi ve Mezunlar Ders Önerisi Anketi sonucunda önerilen ders (Ek3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu ve Ek 5 Öğrenci Memnuniyet Anketi Raporu ile Ek6 Mezunlar Ders Önerisi Anketi Raporu)

(26) Danışma Kurulu tarafından ve Öğrenci Memnuniyet Anketi sonucunda önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu ve Ek 5 Öğrenci Memnuniyet Anketi Raporu)

(27) Danışma Kurulu tarafından önerilen ders (Ek 3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu). İLAD İletişim Alanı Kazanımlarının 3.3. Maddesinin karşılanmasına katkıda bulunacaktır (Ek 8 İLAD İletişim Alanı Kazanımları).

NOTLAR:

1) 7. ve 8. Yarıyıl da yer alan HIR4000 kodlu Bitirme Projesi (0-2-5) dersi, yıllık bir ders olup yıl içi çalışmalar ile değerlendirilmektedir.

2) 7. ve 8. Yarıyıl da yer alan HIR4000 kodlu Bitirme Projesi (0-2-5) dersi, yıllık ders olduğundan tek ders sınavı yapılmaz.

Bu ders için TB harf notu ile başarılı olma hakkı kullanılmaz.

3) Bölümümüzde staj zorunluluğu bulunmakta olup stajlar, İletişim Fakültesi Staj Yönergesi'ne göre yapılmaktadır.

EKLER

Ek1 AKTS İş Yüğü Raporları

Ek2 AKTS İş Yüğü Odak Grup Raporu

Ek3 Danışma Kurulu Toplantı Raporu

Ek4 Bölüm Eğitim Amacı, Hedefleri ve PÇ Kararı

Ek5 Öğrenci Memnuniyet Anketi Raporu

Ek6 Mezunlar Ders Önerisi Anketi Raporu

Ek7 Ders Planı Değişikliği Toplantı Kararı

Ek8 İLAD (İletişim Araştırmaları Derneği) İletişim Alanı Kazanımları



T.C.
NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ RAPORU

2023

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ RAPORU

Bu rapor, İletişim Fakültesi Kalite Komisyonu'nun 18.12.2023 tarihli ve 2023/15 nolu kararına istinaden hazırlanmış olup Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğrencilerinin 2023-2024 Güz döneminde aldıkları derslerin öğrenci iş yüküne dair örneği Ek 1'de verilen ve genel sınavlar öncesinde doldurdıkları formlarda belirttikleri süreler hakkında bilgi vermektedir. OGRİS'te yer alan Bologna Ders Anketlerinde öğrenci iş yüküne dair bölüm bulunmakla birlikte formlar ile yüz yüze daha sağlıklı bilgi alınması ve dönemlik karşılaştırma yapılması amaçlanmıştır. Bu nedenle öğrencilerin çevrimiçi doldurduğu Bologna Ders Anketlerine dair tabloya da aşağıda yer verilmektedir.

Öğrenci İş Yükü Tablosu (Yüz Yüze Form)

2023-24 Güz Dönemi Dersleri

Dersin Kodu	Dersin Adı	Ara Sınav	Genel Sınav	Ödev Uygulama	Katılan Öğrenci
HIR1001	Genel İktisat	4,19	4,70	0,55	68
HIR1003	İletişime Giriş	4,67	4,49	0,89	68
HIR1005	Davranış Bilimleri	3,08	3,05	2,41	68
HIR1007	Güzel Sanatlar	5,08	3,17	4,95	68
HIR1009	Temel Hukuk	3,67	3,35	0,77	68
HIR2001	Kişilerarası İletişim	2,35	3,43	1,85	49
HIR2003	Araştırma Yöntemleri	3,00	3,56	2,70	49
HIR2005	Grafik Tasarım I	2,93	2,87	1,95	49
HIR2007	Temel Fotoğrafçılık	2,68	2,83	0,27	49
HIR2009	İletişim Kuramları	5,08	6,75	0,31	49
HIR2011	Tüketici Davranışı	4,70	3,89	0,35	49
HIR3001	Medya Okuryazarlığı	7,50	6,21	3,90	52
HIR3003	Reklam Uygulamaları	4,47	3,96	9,02	52
HIR3005	İletişim Hukuku ve Etiği	5,49	6,98	0,28	52
HIR3021	Popüler Kültür	5,41	5,09	0,52	52
HIR3043	Etkili İletişim ve Sunum Teknikleri	2,00	1,80	3,36	52
HIR4003	Kamuoyu Araştırmaları	5,44	14,61	1,23	53
HIR4027	Küreselleşme ve Postmodernite	7,69	11,09	0,96	53
HIR4029	Marka Yönetimi	6,63	7,36	3,73	53
HIR4039	Sinemada Reklam	3,73	3,86	0,88	53
HIR4043	Toplumsal Hareketler ve Medya	5,80	4,00	6,00	53

Not: Yukarıdaki tabloda öğrencilerin sınavlara çalışma sürelerinin ortalaması saat cinsinden verilmiştir.

Öğrenci İş Yükü Tablosu (Çevrimiçi Bologna Anketi)

2023-24 Güz Dönemi Dersleri

Dersin Kodu	Dersin Adı	Ara Sınav	Genel Sınav	Ödev Uygulama	Katılan Öğrenci
HIR1001	Genel İktisat	1,33	0,89	0,09	66
HIR1003	İletişime Giriş	1,46	0,97	0,85	71
HIR1005	Davranış Bilimleri	1,15	0,92	1,42	60
HIR1007	Güzel Sanatlar	1,3	1,05	2,30	76
HIR1009	Temel Hukuk	1,06	1,21	0,13	68
HIR2001	Kişilerarası İletişim	0,91	0,99	2,13	68
HIR2003	Araştırma Yöntemleri	1,01	1,07	1,88	67
HIR2005	Grafik Tasarım I	1,11	0,97	1,18	66
HIR2007	Temel Fotoğrafçılık	0,96	0,87	0,08	71
HIR2009	İletişim Kuramları	1,27	1,31	0,13	95
HIR2011	Tüketici Davranışı	0,96	0,86	0,44	73
HIR3001	Medya Okuryazarlığı	1,43	0,89	3,36	53
HIR3003	Reklam Uygulamaları	1,04	0,94	4,33	48
HIR3005	İletişim Hukuku ve Etiği	1,86	1,34	0,07	58
HIR3021	Popüler Kültür	1,63	0,80	0,46	46
HIR3043	Etkili İletişim ve Sunum Teknikleri	1,86	1,34	5,38	29
HIR4003	Kamuoyu Araştırmaları	1,48	1,02	3,85	60
HIR4027	Küreselleşme ve Postmodernite	1,84	1,77	0,23	57
HIR4029	Marka Yönetimi	1,40	1,38	3,16	52
HIR4039	Sinemada Reklam	1,60	1,48	0,36	50
HIR4043	Toplumsal Hareketler ve Medya	1,75	1,16	4,01	57

Not: Yukarıdaki tabloda öğrencilerin sınavlara çalışma sürelerinin ortalaması saat cinsinden verilmiştir.

Birinci yarıyıl derslerinde yüz yüze anket ve Bologna çevirim içi anketleri karşılaştırıldığında ara sınavların çalışma sürelerine bakıldığında en yüksek aritmetik ortalama Güzel Sanatlar dersine aittir, nitekim öğrenciler yüz yüze ankette bu ders için 5,08 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna çevirim içi anketinde ise 1,3 saat çalıştıklarını belirtmişlerdir. En düşük farklılık ise Davranış Bilimleri dersinde görülmektedir, öğrenciler bu ders için yüz yüze ankette 3,08 saat çalıştıklarını belirtirken, Bologna çevirim içi anketlerinde 1,15 saat çalıştıklarını söylemişlerdir.

Birinci yarıyılın genel sınav döneminde ise en büyük aritmetik ortalama farklılığı Genel İktisat dersinde görülmektedir. Öyle ki öğrenciler yüz yüze ankette bu ders için 4,7 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna çevrimiçi anketinde bu ortalama yalnızca 0,89 saat olarak saptanmıştır. Bu dönemde en yakın aritmetik ortalama ise Güzel Sanatlar ile Temel Hukuk dersine aittir, nitekim her iki dersinin aritmetik ortalamasının farklılığı da 2,12 olarak ortaya çıkmıştır.

Birinci yarıyılın ödev uygulama sütunu incelendiğinde en büyük ortalama farklılığı Güzel Sanatlar dersinde görülmektedir. Yüz yüze anketlerde bu ders için ortalama 4,95 saat çalıştıklarını belirten öğrenciler, Bologna çevirim içi anketinde ise ortalama 2,30 saat çalıştıklarını ifade etmişlerdir. İletişime Giriş dersi ise en az farklılığa sahiptir; yüz yüze ankette 0,89 saat çalıştığını belirten öğrenciler Bologna çevirim içi anketinde ise 0,85 saat çalıştığını ifade etmiştir.

Üçüncü yarıyıl derslerinde yüz yüze anket ve Bologna çevirim içi anketleri karşılaştırıldığında ara sınavlara çalışma sürelerine bakıldığında en yüksek aritmetik ortalama Tüketici Davranışları dersinde görülmektedir, nitekim öğrenciler yüz yüze ankette bu ders için 4,70 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna çevirim içi anketinde ise 0,96 saat çalıştıklarını ifade etmişlerdir. En düşük farklılık ise Grafik Tasarım I dersinde görülmektedir, öğrenciler bu ders için yüz yüze ankette 2,93 saat çalıştıklarını belirtirken, Bologna anketlerinde 1,11 saat çalıştığını söylemişlerdir.

Üçüncü yarıyılın genel sınav döneminde ise en büyük aritmetik ortalama farklılığı İletişim Kurumları dersine aittir. Öyle ki öğrenciler yüz yüze anketlerde bu dersi 6,75 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna anketlerinde bu ortalama yalnızca 1,31 saat olarak saptanmıştır. Bu dönemde en yakın aritmetik ortalama ise Grafik Tasarım I dersine aittir, nitekim bu dersin aritmetik ortalamasının farkı 1,90 olarak ortaya çıkmıştır.

Üçüncü yarıyılın ödev uygulama sütunu incelendiğinde en büyük ortalama farklılığı Grafik Tasarım I dersinde görülmektedir. Yüz yüze anketlerde bu ders için ortalama 1,95 saat çalıştıklarını belirten öğrenciler, Bologna anketlerinde ise ortalama 1,18 saat çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Tüketici Davranışları dersi en az farklılığa sahiptir; yüz yüze ankette 0,35 saat çalıştığını belirten öğrenciler Bologna anketinde ise 0,44 saat çalışmıştır.

Beşinci yarıyıl derslerinde yüz yüze anket ve Bologna çevirim içi anketleri karşılaştırıldığında ve ara sınavlara çalışma sürelerine bakıldığında en yüksek aritmetik ortalama Medya Okuryazarlığı dersinde görülmektedir, nitekim öğrenciler yüz yüze ankette bu ders için 7,5 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna çevirim içi anketinde ise 1,43 saat çalıştıklarını söylemişlerdir. En az farklılık ise Etkili İletişim ve Sunum Teknikleri dersinde görülmektedir, öğrenciler bu ders için yüz yüze ankette 2,0 saat çalıştıklarını belirtirken, Bologna anketlerinde 1,86 saat çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Beşinci yarıyılın genel sınav döneminde ise en büyük aritmetik ortalama farklılığı Medya Okuryazarlığı dersinde görülmektedir. Öyle ki öğrenciler yüz yüze anketlerde bu dersi 6,21 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna çevirim içi ankette bu ortalama yalnızca 0,89 saat olarak saptanmıştır. Bu dönemde en yakın aritmetik ortalama ise Etkili İletişim ve Sunum Teknikleri dersine aittir, nitekim bu dersin aritmetik ortalamasının farkı 0,46 olarak ortaya çıkmıştır.

Beşinci yarıyılın ödev uygulama sütunu incelendiğinde en büyük ortalama farklılığı Reklam Uygulamaları dersinde görülmektedir. Yüz yüze anketlerde bu ders için ortalama 9,02 saat çalıştıklarını belirten öğrenciler, Bologna çevirimi içi anketinde ise ortalama 4,33 saat çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Popüler Kültür dersi en az farklılığa sahiptir; yüz yüze ankette 0,52 saat çalıştığını belirten öğrenciler Bologna anketinde ise 0,46 saat çalışmıştır.

Yedinci yarıyıl derslerinde yüz yüze anket ve Bologna çevirim içi anketleri karşılaştırıldığında ve ara sınavlara çalışma sürelerine bakıldığında en yüksek aritmetik ortalama Küreselleşme ve Postmodernizm dersine aittir, nitekim öğrenciler yüz yüze ankette bu ders için 7,69 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna çevirim içi anketinde ise 1,84 saat çalıştıklarını söylemişlerdir. En düşük farklılık ise Sinemada Reklam dersinde görülmektedir, öğrenciler bu ders için yüz yüze ankette 3,37 saat çalıştıklarını belirtirken, Bologna çevirim anketinde ise 1,60 saat çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Beşinci yarıyılın genel sınav döneminde ise en büyük aritmetik ortalama farklılığı Kamuoyu Araştırmaları dersinde görülmektedir. Öyle ki öğrenciler yüz yüze anketlerde bu dersi 14,61 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna anketlerinde bu ortalama yalnızca 0,02 saat olarak saptanmıştır. Bu dönemde en yakın aritmetik ortalama ise Sinemada Reklam dersine aittir, nitekim bu dersin aritmetik ortalamasının farkı 2,38 olarak ortaya çıkmıştır.

Yedinci yarıyılın ödev uygulama sütunu incelendiğinde en büyük ortalama farklılığı Kamuoyu Araştırmaları dersinde görülmektedir. Yüz yüze anketlerde bu ders için ortalama 1,23 saat çalıştıklarını belirten öğrenciler, Bologna anketlerinde ise ortalama 3,85 saat çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Sinemada Reklam dersi en az farklılığa sahiptir; yüz yüze ankette 0,88 saat çalıştığını belirten öğrenciler Bologna anketinde ise 0,36 saat çalışmıştır.

Ek 1: Örnek Form

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ TABLOSU
2023-2024 GÜZ DÖNEMİ

Dersin Kodu	Dersin Adı	Çalışma Süresi (Saat olarak yazınız)		
		Ara Sınav	Genel Sınav	Ödev / Uygulama
1. Yarıyıl				
HIR1001	Genel İktisat			
HIR1003	İletişime Giriş			
HIR1005	Davranış Bilimleri			
HIR1007	Güzel Sanatlar			
HIR1009	Temel Hukuk			
3. Yarıyıl				
HIR2001	Kişiler Arası İletişim			
HIR2003	Araştırma Yöntemleri			
HIR2005	Grafik Tasarım I			
HIR2007	Temel Fotoğrafçılık			
HIR2009	İletişim Kuramları			
HIR2011	Tüketici Davranışı			
5. Yarıyıl				
HIR3001	Medya Okuryazarlığı			
HIR3003	Reklam Uygulamaları			
HIR3005	İletişim Hukuku ve Etiği			
HIR3021	Popüler Kültür			
HIR3043	Etkili İletişim ve Sunum Teknikleri			
7. Yarıyıl				
HIR4003	Kamuoyu Araştırmaları			
HIR4027	Küreselleşme ve Postmodernite			
HIR4029	Marka Yönetimi			
HIR4039	Sinemada Reklam			
HIR4043	Toplumsal Hareketler ve Medya			

Not: Lütfen isim kullanmadan bu dönem aldığınız dersler için toplam çalışma sürenizi saat cinsinden belirtiniz. Formu bir kez doldurunuz. Daha önceki bir sınav öncesinde doldurduysanız tekrar doldurmayınız. Formu dikkatli doldurmanız çalışma sürenize göre belirlenen öğrenci iş yüklerinin doğru hesaplanması için büyük önem arz etmektedir. Katılımınız için teşekkür ederiz.



**T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ**

ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ RAPORU

2024

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ RAPORU

Bu rapor, İletişim Fakültesi Kalite Komisyonu'nun 18.12.2023 tarihli ve 2023/15 nolu kararına istinaden hazırlanmış olup Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğrencilerinin 2023-2024 Bahar döneminde aldıkları derslerin öğrenci iş yüküne dair örneği Ek 1'de verilen ve genel sınavlar öncesinde doldurdıkları formlarda belirttikleri süreler hakkında bilgi vermektedir. OGRİS'te yer alan Bologna Ders Anketlerinde öğrenci iş yüküne dair bölüm bulunmakla birlikte formlar ile yüz yüze daha sağlıklı bilgi alınması ve dönemlik karşılaştırma yapılması amaçlanmıştır. Bu nedenle öğrencilerin çevrimiçi doldurduğu Bologna Ders Anketlerine dair tabloya da aşağıda yer verilmektedir.

Öğrenci İş Yükü Tablosu (Yüz Yüze Form)

2023-2024 Bahar Dönemi Dersleri

Dersin Kodu	Dersin Adı	Ara Sınav	Genel Sınav	Ödev Uygulama	Katılan Öğrenci
HIR1002	Halkla İlişkilere Giriş	6,96	5,56	8,33	54
HIR1004	Reklamcılığa Giriş	6,42	5,07	7,25	54
HIR1006	Sosyoloji	6,41	4,81	1,22	54
HIR1008	İşletme	6,59	4,78	1	54
HIR1010	Siyasal Düşünceler Tarihi	10,78	10,93	1,5	54
HIR1012	Yazılı ve Sözlü Anlatım	5,48	5,23	3,44	54
HIR2002	Kurumsal İletişim	6,41	4,07	6,26	47
HIR2004	İletişim Araştırmaları	3,67	3,96	2,33	47
HIR2006	Reklam Metin Yazarlığı	3,78	4,04	3,00	47
HIR2008	Grafik Tasarım II	2,33	2,22	2	47
HIR2010	Pazarlama İletişimi	2,96	3,74	3,19	47
HIR2012	Mesleki Yabancı Dil	1,56	2,15	0,89	47
HIR3002	Kampanya Yönetimi	5,68	7,71	5,50	28
HIR3004	Medya Planlama	4,86	4,54	3,46	28
HIR3006	Radyo-TVde Reklam Teknikleri	3,71	3,39	3,39	28
HIR3018	Ajans Yönetimi	4,14	3,82	3,14	28
HIR3026	Kültürlerarası İletişim	3,86	3,78	3,32	28
HIR3034	Sosyal Sorumluluk	3,10	3,07	3,28	28
HIR4002	Diksiyon	5,46	7,13	1,17	30
HIR4020	Uluslararası Halkla İlişkiler	5,97	5,6	4,33	30
HIR4022	İmaj Yönetimi	6,36	6,43	4,38	30
HIR4026	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	7,3	7,7	5,8	30
HIR4030	Siyasal İletişim	3,08	2,41	2,04	24
HIR4036	Çevre ve Politikaları	7,23	6,8	3,3	26

Not: Yukarıdaki tabloda öğrencilerin sınavlara çalışma sürelerinin ortalaması saat cinsinden verilmiştir.

Öğrenci İş Yükü Tablosu (Çevrimiçi Bologna Anketi)

2023-2024 Bahar Dönemi Dersleri

Dersin Kodu	Dersin Adı	Ara Sınav	Genel Sınav	Ödev Uygulama	Katılan Öğrenci
HIR1002	Halkla İlişkilere Giriş	1,27	1,15	2,17	60
HIR1004	Reklamcılığa Giriş	1,33	0,83	3,51	66
HIR1006	Sosyoloji	0,97	0,90	0,46	59
HIR1008	İşletme	0,86	0,78	0,38	58
HIR1010	Siyasal Düşünceler Tarihi	1,23	1,34	0,04	71
HIR1012	Yazılı ve Sözlü Anlatım	0,98	0,82	2,28	60
HIR2002	Kurumsal İletişim	1,28	0,71	3,83	83
HIR2004	İletişim Araştırmaları	0,85	0,71	1,66	66
HIR2006	Reklam Metin Yazarlığı	0,77	0,69	1,49	64
HIR2008	Grafik Tasarım II	0,78	0,58	2,38	69
HIR2010	Pazarlama İletişimi	1,26	0,75	1,70	65
HIR2012	Mesleki Yabancı Dil	0,86	0,69	0,72	64
HIR3002	Kampanya Yönetimi	1,35	0,71	4,67	72
HIR3004	Medya Planlama	1,28	0,61	2,96	57
HIR3006	Radyo-TVde Reklam Teknikleri	1,20	0,64	1,92	56
HIR3018	Ajans Yönetimi	0,80	0,84	2,80	25
HIR3026	Kültürlerarası İletişim	1,29	0,91	1,94	34
HIR3034	Sosyal Sorumluluk	0,72	1,20	3,80	25
HIR4002	Diksiyon	1,17	0,98	0,79	64
HIR4020	Uluslararası Halkla İlişkiler	1,15	0,85	2,83	55
HIR4022	İmaj Yönetimi	1,02	0,85	1,89	53
HIR4026	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	0,90	0,61	3,47	41
HIR4030	Siyasal İletişim	1,28	0,96	1,72	25
HIR4036	Çevre ve Politikaları	0,90	0,84	2,88	49

Not: Yukarıdaki tabloda öğrencilerin sınavlara çalışma sürelerinin ortalaması saat cinsinden verilmiştir.

İkinci yarıyıl derslerinde yüz yüze anket ve Bologna çevrimiçi anketleri karşılaştırılarak ara sınavların çalışma sürelerine bakıldığında, en yüksek aritmetik ortalama HIR 1010 kodlu Siyasal Düşünceler Tarihi dersine aittir. Öğrenciler yüz yüze ankette bu ders için ortalama 10,78 saat çalıştıklarını belirtirken Bologna çevrimiçi anketlerde bu ortalama 1,23 olarak girilmiştir. En düşük farklılık ise HIR 1012 kodlu Yazılı ve Sözlü Anlatım dersine aittir. Öğrenciler yüz yüze ankette bu ders için 5,48 saat çalıştıklarını belirtirken, Bologna çevrimiçi anketlerinde ortalama olarak karşımıza 0,98 saat çıkmaktadır.

İkinci yarıyıl genel sınav döneminde ise en yüksek aritmetik ortalama farklılığı yine HIR 1010 kodlu Siyasal Düşünceler Tarihi dersinde görülmektedir. Öğrenciler yüz yüze ankette bu ders için 10,93 saat, Bologna çevrimiçi anketlerde ise 1,34 saat çalıştıklarını belirtmiştir. İkinci

yarıyılın genel sınavlar içinde en yakın aritmetik ortalama HIR 1006 kodlu Sosyoloji dersinde görülmektedir. Yüz yüze yapılan anketlerde bu dersin genel sınavı için çalışma saati 4,81; Bologna çevrimiçi anketlerde ise 0,90 olarak belirtilmiştir.

İkinci yarıyılın ödev uygulama sütunu incelendiğinde en yüksek ortalama farklılığı HIR 1002 kodlu Halkla İlişkilere Giriş dersine aittir. Öğrenciler yüz yüze anketlerde bu ders için 8,33 saat çalıştıklarını, çevrimiçi ankette ise aynı ders için 2,17 saat çalıştıklarını belirtmiştir. En düşük fark ise HIR 1008 kodlu İşletme dersinde görülmektedir. Öğrenciler yüz yüze ankette bu ders için 1 saat çalıştıklarını belirtirken çevrimiçi ankette bu ortalama 0,38 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dördüncü yarıyıl derslerinde yüz yüze anketlerde ve Bologna çevrim içi anketlerinde ara sınavlara çalışma süreleri bakımından en yüksek aritmetik ortalama HIR 2002 kodlu Kurumsal İletişim dersinde görülmektedir. Öğrenciler yüz yüze anketlerde bu dersin ara sınavı için 6,41 saat çalıştıklarını belirtirken çevrimiçi anketlerde bu süre 1,28 olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dönemdeki en düşük farklılık ise HIR 2012 kodlu Mesleki Yabancı Dil dersine aittir. Öğrenciler bu ders için yüz yüze anketlerde 1,56 çalıştıklarını, çevrimiçi anketlerde ise 0,86 saat çalıştıklarını beyan etmişlerdir.

Dördüncü yarıyılın genel sınav döneminde ise en büyük aritmetik ortalama farklılığı HIR 2002 kodlu Kurumsal İletişim dersinde görülmektedir. Öğrenciler yüz yüze anketlerde bu dersti 4,07 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna anketlerinde bu ortalama yalnızca 0,71 saat olarak saptanmıştır. Bu dönemde en yakın aritmetik ortalama ise yine HIR 2012 kodlu Mesleki Yabancı Dil dersine aittir. Bu dersin yüz yüze ve çevrimiçi anketlerdeki aritmetik ortalama farkı 1,49 saat olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dördüncü yarıyılın ödev uygulama sütunu incelendiğinde en büyük ortalama farklılığı yine Kurumsal İletişim dersinde görülmektedir. Yüz yüze anketlerde bu ders için ortalama 6,26 saat çalıştıklarını belirten öğrenciler, çevrimiçi anketlerde ise ortalama 3,83 saat çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Mesleki Yabancı Dil dersti ise bu açıdan en az farklılığa sahiptir; yüz yüze ankette 0,89 saat çalıştığını belirten öğrenciler Bologna çevrimiçi anketinde ise 0,72 saat çalıştıklarını beyan etmiştir.

Altıncı yarıyıl derslerinde yüz yüze anket ve Bologna çevirim içi anketleri karşılaştırıldığında ve ara sınavlara çalışma sürelerine bakıldığında en yüksek aritmetik ortalama HIR 3002 kodlu Kampanya Yönetimi'ne aittir; öğrenciler yüz yüze ankette bu ders için 5,68 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna çevrimiçi anketinde ise 1,35 saat çalıştıklarını söylemişlerdir. En az farklılık ise HIR 3034 kodlu Sosyal Sorumluluk dersine aittir. Bu ders için yüz yüze ankette 3,10 saat çalıştıklarını belirtirken, çevrimiçi anketlerde 0,72 saat cevabı verilmiştir.

Altıncı yarıyılın genel sınav döneminde en büyük aritmetik ortalama farklılığı yine Kampanya Yönetimi dersindedir. Öyle ki öğrenciler yüz yüze anketlerde bu ders için yüz yüze anketlerde 7,71 saat çalıştıklarını ifade ederken, Bologna çevrim içi ankette bu ortalama yalnızca 1,35 saat olarak saptanmıştır. Bu dönemde en yakın aritmetik ortalama da Sosyal Sorumluluk dersine aittir, nitekim bu dersin aritmetik ortalamasının farkı 1,87 olarak ortaya çıkmıştır.

Altıncı yarıyılın ödev uygulama sütunu incelendiğinde en büyük ortalama farklılığı HIR 3006 kodlu Radyo-TV'de Reklam Teknikleri dersinde görülmektedir. Yüz yüze anketlerde bu ders için ortalama 3,39 saat çalıştıklarını belirten öğrenciler, Bologna çevrimiçi anketinde ise ortalama 1,92 saat çalıştıklarını ifade etmişlerdir. HIR 3018 kodlu Ajans Yönetimi dersi ise en az farklılığa sahiptir; yüz yüze ankette 3,14 saat çalıştığını belirten öğrenciler çevrimiçi anketinde ise 2,8 saat çalışmıştır.

Sekizinci yarıyıl derslerinde yüz yüze anket ve Bologna çevrimiçi anketleri karşılaştırıldığında ve ara sınavlara çalışma sürelerine bakıldığında en yüksek aritmetik ortalama HIR 4026 Kodlu Bütünleşik Pazarlama İletişimi dersine aittir. Öğrenciler bu ders için yüz yüze anketlerde 7,3 saat çalıştıklarını, Bologna çevrimiçi anketinde ise 0,90 saat çalıştıklarını söylemişlerdir. En düşük farklılık ise HIR 4030 kodlu Siyasal İletişim dersinde görülmektedir; öğrenciler bu ders için yüz yüze ankette 3,08 saat çalıştıklarını belirtirken, Bologna çevrimiçi anketinde ise 1,28 saat çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Sekizinci yarıyılın ara sınav dönemindeki en büyük aritmetik ortalama farklılığı, yine Bütünleşik Pazarlama İletişimi dersine aittir. Öyle ki öğrenciler yüz yüze anketlerde bu ders için 7,3 saat, çevrimiçi anketlerinde ise 0,90 saat çalıştıklarını belirtmişlerdir. Ara sınav dönemindeki en yakın aritmetik ortalama ise HIR 4030 kodlu Siyasal İletişim dersine aittir; nitekim, bu dersin yüz yüze anketlerde ve çevrimiçi anketlerdeki saatlerin aritmetik ortalaması 1,8 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sekizinci yarıyılın genel sınav sütunu incelendiğinde en büyük ortalama farklılığı yine Bütünleşik Pazarlama İletişimi dersinde görülmektedir. Yüz yüze anketlerde bu ders için ortalama 7,7 saat çalıştıklarını belirten öğrenciler, çevrimiçi anketlerinde ise ortalama 0,61 saat çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Siyasal İletişim dersi ise, ara sınavdaki çalışma saatlerinde olduğu gibi, yine en az farklılığa sahiptir. Yüz yüze ankette 2,41 saat çalıştığını belirten öğrenciler, Bologna anketinde ise 0,96 saat çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Sekizinci yarıyılın ödev uygulama sütunu incelendiğinde en büyük ortalama farklılığı HIR 4022 kodlu İmaj Yönetimi dersinde görülmektedir. Yüz yüze anketlerde bu ders için ortalama 4,38 saat çalıştıklarını belirten öğrenciler, Bologna çevrimiçi anketinde ise ortalama 1,89 saat çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Siyasal İletişim dersi ise bu açıdan en düşük farka sahiptir; yüz yüze ankette 2,04 saat çalıştığını belirten öğrenciler, Bologna çevrimiçi anketinde ise 1,72 saat çalıştıklarını belirtmiştir.

Ek 1: Örnek Form

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ TABLOSU
2023-2024 BAHAR DÖNEMİ

Dersin Kodu	Dersin Adı	Çalışma Süresi (Saat olarak yazınız)		
		Ara Sınav	Genel Sınav	Ödev / Uygulama
2. Yarıyıl				
HIR1002	Halkla İlişkilere Giriş			
HIR1004	Reklamcılığa Giriş			
HIR1006	Sosyoloji			
HIR1008	İşletme			
HIR1010	Siyasal Düşünceler Tarihi			
HIR1012	Yazılı ve Sözlü Anlatım			
4. Yarıyıl				
HIR2002	Kurumsal İletişim			
HIR2004	İletişim Araştırmaları			
HIR2006	Reklam Metin Yazarlığı			
HIR2008	Grafik Tasarım II			
HIR2010	Pazarlama İletişimi			
HIR2012	Mesleki Yabancı Dil			
6. Yarıyıl				
HIR3002	Kampanya Yönetimi			
HIR3004	Medya Planlama			
HIR3006	Radyo-Televizyonda Reklam Teknikleri			
HIR3018	Ajans Yönetimi			
HIR3026	Kültürlerarası İletişim			
HIR3034	Sosyal Sorumluluk			
8. Yarıyıl				
HIR4002	Diksiyon			
HIR4020	Uluslararası Halkla İlişkiler			
HIR4022	İmaj Yönetimi			
HIR4026	Bütünleşik Pazarlama İletişimi			
HIR4030	Siyasal İletişim			
HIR4036	Çevre ve Politikaları			

Not: Lütfen isim kullanmadan bu dönem aldığınız dersler için toplam çalışma sürenizi saat cinsinden belirtiniz. Formu bir kez doldurunuz. Daha önceki bir sınav öncesinde doldurduysanız tekrar doldurmayınız. Formu dikkatli doldurmanız çalışma sürenize göre belirlenen öğrenci iş yüklerinin doğru hesaplanması için büyük önem arz etmektedir. Katılımınız için teşekkür ederiz.



**T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ**

**ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ
ODAK GRUP RAPORU**

2025

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ ODAK GRUP RAPORU

Bu rapor, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğrencilerinin 2024-2025 Güz döneminde aldıkları derslerin öğrenci ders iş yüklerine dair yapılan odak grup çalışmada edinilen verileri ve görüşleri kapsamaktadır. Bu kapsamda her sınıftan en yüksek not ortalamasına ve en düşük not ortalamasına sahip öğrenciler seçilerek Ek-1’de bulunan ders iş yükü formları doldurtulmuş, güz döneminde aldıkları derslerin iş yüküne dair görüşlerinin bu odak grup görüşmesinde toplanması amaçlanmıştır. Öğrencilerin doldurdıkları formlarda derlenen ders başına çalışma saatlerinin aritmetik ortalamaları aşağıdaki tabloda verilmiştir. Öğrencilerin odak grup çalışmasındaki beyanlarındaki genel görüşler ise tablodan sonraki analiz kısmında bulunabilir.

Öğrenci İş Yükü Tablosu (Yüz Yüze Form)

2024-25 Güz Dönemi Dersleri

Dersin Kodu	Dersin Adı	Ara Sınav	Genel Sınav	Ödev Uygulama	Katılan Öğrenci
HIR1001	Genel İktisat	8,64	7,58	3	9
HIR1003	İletişime Giriş	6,69	10,75	2,06	9
HIR1005	Davranış Bilimleri	7,31	6,42	1,17	9
HIR1007	Güzel Sanatlar	5,06	6,08	3	9
HIR1009	Temel Hukuk	6,06	5,92	-	9
HIR2001	Kişilerarası İletişim	2,6	3,6	4,5	5
HIR2003	Araştırma Yöntemleri	3,4	3,4	-	5
HIR2005	Grafik Tasarım I	4,2	3,4	-	5
HIR2007	Temel Fotoğrafçılık	3	3,2	-	5
HIR2009	İletişim Kuramları	4,5	3,67	-	6
HIR2011	Tüketici Davranışı	3,4	4,4	-	5
HIR3001	Medya Okuryazarlığı	4,25	4,75	3,25	9
HIR3003	Reklam Uygulamaları	6,67	5,92	8,67	8
HIR3005	İletişim Hukuku ve Etiği	5,75	4,9	-	10
HIR3021	Popüler Kültür	2,56	4,9	1,5	8
HIR3047	Temel Pazarlama Stratejileri	3,78	3,56	-	9
HIR4003	Kamuoyu Araştırmaları	3,5	5,6	7	6
HIR4029	Marka Yönetimi	3,42	4,08	3,33	6
HIR4039	Sinemada Reklam	3,08	3,33	3,33	6
HIR4043	Toplumsal Hareketler ve Medya	3,33	3,25	3,58	6
HIR4045	Dijital Bilgi Kaynakları	2,67	2,5	2,33	6

Not: Yukarıdaki tabloda öğrencilerin sınavlara çalışma sürelerinin ortalaması saat cinsinden verilmiştir.

Birinci sınıf öğrencilerinin en fazla zaman ayırdıkları dersler HIR1001 kodlu Genel İktisat ve HIR1003 kodlu İletişime Giriş dersleridir. Genel İktisat dersi ile ilgili olarak genel görüş, dersin içeriğinde çok fazla grafik ve terim bulunduğu, bu nedenle dersi daha verimli bir şekilde anlayabilmek için dersten sonra bu kavramlara ve grafiklere çalıştıkları için iş yüklerinin arttığıdır. İletişime Giriş dersi ile ilgili olarak öğrenciler, bu dersin içeriğinin kapsamlı olduğunu, ayrıca kredisi diğer derslere göre daha yüksek olduğu için onu önemsediklerini belirtmişlerdir. Öğrenciler bu derse çalışmak için ayırdıkları vaktin fazla olmasını, dersin teorik içeriğine ve yeni karşılaştıkları terimleri öğrenmek için ders harici çalışma gereği duymalarına bağlamaktadır. Bir öğrenci, bu soruna çözüm olarak birinci sınıfta aldıkları bazı teorik derslerin, ikinci ve üçüncü sınıftaki uygulama derslerinden birkaçı ile değiştirilebileceği görüşünü öne sürmüştür. Öğrencimiz, böylece teorik dersleri öğrenmek için ayırdıkları vaktin bir ölçüde azalacağını, ayrıca teorik derslerin ağırlıkta olduğu birinci sınıfta uygulama çalışmalarının da artırılması gerektiğini beyan etmiştir.

Birinci sınıf öğrencilerinin en az çalıştıkları dersler ise HIR1007 kodlu Güzel Sanatlar ve HIR1009 kodlu Temel Hukuk dersleridir. Buradaki ortak görüş, Güzel Sanatlar dersinin içeriğinde, önceki eğitimlerinde kazandıkları bilgilerin bulunduğu ve bu nedenle diğer derslerde olduğu gibi bütün konuları öğrenmek gibi bir iş yükü getirmediğidir. HIR1009 kodlu Temel Hukuk dersi için ise öğrenciler, dersin hocasının kavramları derste yeteri kadar iyi açıkladığını ve bu nedenle tekrar ederken çok fazla vakit ayırmadıklarına dair ortak görüşlerde bulunmuşlardır.

İkinci sınıf öğrencilerinin en fazla zaman ayırdıkları dersler olarak HIR2003 Araştırma Yöntemleri, HIR2005 Grafik Tasarım I ve HIR2009 İletişim Kuramları derslerini seçmiştir. Öğrencilerin geneli, İletişim Kuramları dersinin detaylı ve zor bir ders olduğunu, bu sebeple ders içeriğini ve konuları öğrenmek için çok çalışmaları gerektiğini ifade etmişlerdir. Grafik Tasarım I dersi için ise dersin bilgisayar laboratuvarında uygulamalı olarak işlendiğine dikkat çeken öğrenciler, derste öğrendikleri becerileri geliştirmek için ders sonrası kendi uygulama çalışmaları yaptıklarını ve bu nedenle çok vakit aldığını beyan etmiştir. Araştırma Yöntemleri dersi için ise genel kanı, dersin içeriğinde çok fazla yöntem bulunduğu ve bu yöntemler birçok farklı araştırmada kullanıldığı için zor bir ders olduğu, bu nedenle öğrencilerin sürekli tekrar ederek çalıştıkları için iş yüklerinin arttığıdır.

İkinci sınıf öğrencilerinin verdikleri cevaplarda bütün dersler arasındaki iş yükü ortalamaları birbirine benzerdir. Bu nedenle öğrenciler, özellikle az çalıştıkları dersler bulunduğu dair bir beyanda bulunmamış, yalnızca fazla saat harcadıkları dersler üzerine beyanda bulunmuştur.

Üçüncü sınıf öğrencilerinin en fazla zaman ayırdıkları dersler ise HIR3005 İletişim Hukuku ve Etiği, HIR3003 Reklam Uygulamaları, HIR3047 Temel Pazarlama Stratejileri dersleri olduğunu beyan etmişlerdir. Öğrenciler genel olarak İletişim Hukuku ve Etiği dersinin içeriğinin zor olduğunu, bazı haftalarda işlenen konuların anlaşılabilmesi için ders sonrası ek çalışma gerektirdiğini belirtmişler, ayrıca bazı öğrenciler bu dersin sınavının da diğer derslere kıyasla zor olduğu için daha fazla saat çalışmaları gerektiğini de eklemişlerdir. Reklam

Uygulamaları dersi ile ilgili olarak öğrenciler, dersin ödev teslimi için detaylı araştırma yapılması gerektiği ve yaratıcılığın öne çıktığı bireysel becerileri de kapsayan bir çalışma yaptıkları için fazla vakit aldığını beyan etmişlerdir. Temel Pazarlama Stratejileri dersi ile ilgili olarak, bu dersin merak uyandırıcı konuları içerse de kapsamının geniş olduğu ve test olarak yapılan sınavda başarılı olmak için notlarını yeniden düzenleyip bilgileri kategorilere ayırmak için daha fazla çalıştıklarını ifade etmiştir. Ayrıca bir öğrencimiz, üçüncü sınıfta aldıkları derslerin iş yüklerini fazla arttırdığını ve bu nedenle bazılarının ikinci sınıfta verilmesinin kendi açılarından daha uygun olacağını ifade etmiştir.

Üçüncü sınıf öğrencileri, en az vakit ayırdıkları ders olarak güncel bir içeriğe sahip olduğu ve gündelik hayata dair birçok konu taşıdığı için akıcı bir şekilde işlediklerini ifade ettikleri HIR3021 kodlu Popüler Kültür dersini seçmişlerdir. Öğrenciler, bu derste öğrendikleri bilgilerle gündelik hayatta karşılaştıkları için daha kolay öğrendiklerini ve yorum yapma becerilerini geliştirdiklerini ifade etmişlerdir.

Son sınıf öğrencileri, en fazla zaman ayırdıkları derslerin ara sınav ve ödev içeren dersler olduğunu belirtmişlerdir. Hem kendi bitirme tezleri üzerine bireysel araştırma yapmak hem de bu derslerin grup projeleri için ekip çalışmasına katılmaları gerektiği için, iş yüklerinin arttığının altını çizen öğrencilerimiz, bu kapsamda HIR4003 kodlu Kamuoyu Araştırmaları ve HIR4043 kodlu Toplumsal Hareketler ve Medya derslerinin en çok zaman alan dersler olduğunu beyan etmişlerdir. Bir öğrencimiz, Kamuoyu Araştırmaları dersi kapsamında bir anket çalışması yaptıkları için iş yükünün arttığını ifade ederken, iki öğrencimiz Toplumsal Hareketler ve Medya dersinin hem ara sınav hem de grup projesi içerdiği için çok vakitlerini aldığının altını çizmişlerdir. Örneğin bir öğrencimiz, bu dersin içeriğinde yoruma açık konular olduğu için ara sınava çok fazla çalışmak zorunda kaldığını, ardından dersin final ödevi olarak bir video teslimi yapmaları gerektiği için iş yükü olarak çok fazla saat harcadıklarını ifade etmiştir. Başka bir öğrencimiz ise planlı ve sistematik bir çalışma programı uyguladığı için derslere çalışmak için çok fazla saat harcamaya gerek duymadığını; ancak proje grubu çalışması gerektiren dersler için yapılan toplantıların, planlamaların, fakülteden ekipman tedariklerinin, video çekiminin ve kurgusunun iş yükünü oldukça arttırdığını belirtmiştir. Ayrıca burada en çok vaktini alan noktanın projenin yapılmasından ziyade, kalabalık bir proje grubu ile çalıştıkları için ekibin organizasyon faaliyetleri olduğunun altını çizmiş, öneri olarak proje gruplarındaki öğrenci sayılarının azaltılabileceğini ifade etmiştir.

Son sınıf öğrencilerinin tamamının en az vakit ayırdığı ders ise HIR 4045 kodlu Dijital Bilgi Kaynakları dersi. Öğrencilerimizden biri, bu dersin uygulamalı bir şekilde işlendiği için daha kolay anlaşıldığını, ara sınav ödevini de bu uygulamalara göre yaptığı için çalışma saatinin azaldığını ifade etmiştir. Bir başka öğrencimiz ise dersin sınıf dışında çalışmayı gerektirecek kadar fazla konusu bulunmadığı için bu dersin diğerlerine kıyasla fazla vaktini almadığını belirtmiştir.

Ek 1: Örnek Form

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ TABLOSU
2024-25 GÜZ DÖNEMİ

Dersin Kodu	Dersin Adı	Çalışma Süresi (Saat olarak yazınız)		
		Ara Sınav	Genel Sınav	Ödev / Uygulama
HIR1001	Genel İktisat			
HIR1003	İletişime Giriş			
HIR1005	Davranış Bilimleri			
HIR1007	Güzel Sanatlar			
HIR1009	Temel Hukuk			
HIR2001	Kişilerarası İletişim			
HIR2003	Araştırma Yöntemleri			
HIR2005	Grafik Tasarım I			
HIR2007	Temel Fotoğrafçılık			
HIR2009	İletişim Kuramları			
HIR2011	Tüketici Davranışı			
HIR3001	Medya Okuryazarlığı			
HIR3003	Reklam Uygulamaları			
HIR3005	İletişim Hukuku ve Etiği			
HIR3021	Popüler Kültür			
HIR3047	Temel Pazarlama Stratejileri			
HIR4003	Kamuoyu Araştırmaları			
HIR4029	Marka Yönetimi			
HIR4039	Sinemada Reklam			
HIR4043	Toplumsal Hareketler ve Medya			
HIR4045	Dijital Bilgi Kaynakları			

Not: Lütfen isim kullanmadan bu dönem aldığınız dersler için toplam çalışma sürenizi saat cinsinden belirtiniz. Formu bir kez doldurunuz. Daha önceki bir sınav öncesinde doldurduysanız tekrar doldurmayınız. Formu dikkatli doldurmanız çalışma sürenize göre belirlenen öğrenci iş yüklerinin doğru hesaplanması için büyük önem arz etmektedir. Katılımınız için teşekkür ederiz.

Tarih 12.02.2025

Yer: Online Zoom üzerinden

GÜNDEM

Ø Ders Planı yapılacak değişiklikler

Ø Bölüm Amaç ve Hedefler

Ø Akreditasyon Çalışmaları

Ø Program Çıktıları

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü olarak Bölümümüzün günümüz koşullarına uyarlanması öğrencilerimize ve alana katkı sağlaması amacıyla 12 Şubat Çarşamba günü saat 12:00'de online olarak gündem maddelerinde de belirtilen bölümümüzde yapılan bazı değişiklikler Danışma Kurulu'na sunulmuştur. Bölüm Başkanı Doç.Dr. Nesrin CANPOLAT'ın açılış konuşmasıyla başlayan toplantıda öncelikle Fakültemiz tanıtım filmi izletilmiş, Fakültemiz ve Bölümümüz hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Ardından Akreditasyon için yaptığımız çalışmalar, yenilenen Bölüm Eğitim Amaç ve Hedefleri, Bölümümüz Program Çıktıları ve Ders Planımız Danışma Kurulu üyeleri ile paylaşılmış onlardan görüşler alınmıştır.

BÖLÜM EĞİTİM AMACI

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık programının amacı; iletişim becerilerini etik ve sosyal sorumluluk bilinciyle çeşitli mecralarda etkili bir şekilde kullanabilen uzmanlar yetiştirmektir.

Temalar: 1) İletişim Becerileri 2) Etik/Sorumluluk 3) Mecralar 4) Etkinlik/Uzmanlık

BÖLÜM EĞİTİM HEDEFLERİ

1) Toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasal konulardaki disiplinlerarası bilgi birikiminden faydalanarak bireysel ya da ekip çalışmasıyla, alanında etkili içerik üreten, tasarlayan ve yöneten uzmanlar yetiştirmek

2) Alanındaki çalışmaların kamu yararı, çevre sorunları, eşitlik ve kültürel çeşitlilik gibi evrensel ve toplumsal konulardaki etik ve hukuki sonuçlarını dikkate alarak hareket eden uzmanlar yetiştirmek

3) Hitap ettiği hedef kitlelerin özellikleri, ihtiyaçları, farklılıkları temelinde strateji, yöntem ve teknikleri geliştirme ve çeşitli mecralarda uygulama becerisine sahip uzmanlar yetiştirmek

4) Yaratıcı ve eleştirel yaklaşımla, alanına özgü araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme becerisine sahip uzmanlar yetiştirmek

BÖLÜM PROGRAM ÇIKTILARI / KAZANIMLARI

	KAZANIM	HEDEF
1	Halkla ilişkiler, reklam, pazarlama ve bütünleşik pazarlama iletişimi alanına ilişkin temel kavram, kuram ve yöntem ile ilgili bilgi sahibidir.	4
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında hedef kitlelere uygun medya planlaması süreçlerini bilir.	4
3	Alanında yapılan faaliyetlerle ilgili periyodik raporlama yapma becerisine sahiptir.	4
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili araştırma, planlama yapma yöntem ve tekniklerini kullanma becerisine sahiptir.	4
5	Kurum ve kuruluşlardaki kriz yönetimi süreçlerini bilir.	3

6	Kurum ve kuruluşların tanıtımıyla ilgili medya ve dijital medya iletişim tekniklerini ve sürecini bilir.	3
7	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında medya stratejisinin oluşturulmasını ve uygulamasını bilir.	3
8	Halkla ilişkiler ve reklamcılıkla ilgili yasal düzenlemeler ve etik konusunda bilgi sahibidir.	2
9	Reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarından pazarlama araştırmalarını yapma, tüketici davranışını araştırma ve bu araştırma verileri doğrultusunda planlama yapma becerisine sahiptir.	3
10	Halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarını yürütme becerisine sahiptir.	4
11	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında dijital ortamları ve sosyal medyayı kullanma becerisine sahiptir.	1
12	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında güncel ve etkili sunum tekniklerini kullanma becerisine sahiptir.	1
13	Toplumsal gelişmeleri yakından izleyerek hedef kitle davranışlarındaki değişimleri araştırıp elde ettiği bilgileri halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarında kullanma yetkinliğine sahiptir.	1
14	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sorunları çözmek için bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alarak ortaya çıkan sorunları çözme yetkinliğine sahiptir.	1
15	Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.	3
16	Geleneksel ve dijital mecralardaki tüketici davranışlarını bilimsel yöntemlerle analiz etme ve bu mecraların kendine özgü dinamiklerini değerlendirme yetkinliğine sahiptir.	3
17	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarıyla ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranma bilincine sahiptir.	2

Danışma Kurulu yenilenen Bölüm Eğitim Amaç ve Hedefleri ve Bölümümüz Program Çıktılarını uygun bulmuşlardır. Danışma Kurulu Üyeleri tarafından Ders Planına 5.4. Sağlık İletişimi, 7.6 Kamu Diploması, 6.3. Sürdürülebilirlik İletişimi, 8.2. Yapay Zeka ve İletişim, 7.1. Digital İçerik Yönetimi, 6.2. Toplumsal Cinsiyet, 8.4. Psikanalitik Kuram ve Yaratıcılık, 7.5. Reklam, Halkla İlişkiler ve Etik, 5.2. Siyaset, Medya ve Etik, 4.1. Eleştirel Kuramlar, 5.3. Medya ve Tüketim Toplumu, 7.7. Göç ve İletişim, 8.3. Veri Madenciliği dersleri önerilmiştir. 5.1. Ayrıca Ders Planımızda yer alan Sosyal Medya Dersi'nin adının Sosyal Medya Yönetimi olarak değiştirilmesi istenmiştir. Bunun yanında Ders Planımızda olan Felsefe, Mitoloji ve Yazışma Teknikleri Derslerinin kaldırılması önerilmiştir.



T.C
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜM BAŞKANLIĞI
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
17/02/2025	97753536-050.04	04

17/02/2025 tarihinde saat 13:00'da Dr. Öğr. Üyesi Hülya Anakız Ertürk başkanlığında, aşağıda imzaları bulunan üyelerin katılımlarıyla toplanarak gündemdeki konular görüşülmüş ve aşağıdaki kararlar alınmıştır.

Toplantıya Katılanlar:

Başkan:Dr. Öğr. Üyesi Hülya Anakız ERTÜRK

Üye :Prof. Dr. Elif ŞEŞEN

Üye :Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT

Üye :Dr. Öğr. Üyesi Işıl HORZUM KOŞAR

Üye :Arş. Gör. Dr. Serhat MADRAR

Üye :Öğrenci Temsilcisi Furkan GÜLTEKİN

Karar No 2025/04

A)17 Şubat 2025 tarihi saat 13.00'da toplanan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Kalite Komisyonu 12 Şubat 2025 tarihinde toplanan Bölüm Danışma Kurulunda görüşülen konuları değerlendirmiş ve aşağıda belirtmiştir.

Bölümümüz Ders Planında yapılacak değişikliklerin Bölüm Amaç ve Hedefleri, Akreditasyon Çalışmaları ile Program Çıktıları doğrultusunda değerlendirilmiştir;

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü olarak Bölümümüzün günümüz koşullarına uyarlanması öğrencilerimize ve alana katkı sağlaması amacıyla Bölümümüz Ders Planında yapılacak değişiklikler Bölüm Danışma Kurulu'na sunulmuş, Fakültemiz tanıtım filmi izletilmiş, Fakültemiz ve Bölümümüz hakkında bilgilendirme yapılmış olup Bölüm Akreditasyonu için yapılan çalışmalar, yenilenen Bölüm Eğitim Amaç ve Hedefleri, Bölümümüz Program Çıktıları ve Ders Planımız Danışma Kurulu üyeleri ile paylaşılarak aşağıda şekliyle kabulüne karar verilmiştir.

BÖLÜM EĞİTİM AMACI

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık programının amacı; iletişim becerilerini etik ve sosyal sorumluluk bilinciyle çeşitli mecralarda etkili bir şekilde kullanabilen uzmanlar yetiştirmektir.

Temalar: 1) İletişim Becerileri 2) Etik/Sorumluluk 3) Mecralar 4) Etkinlik/Uzmanlık

BÖLÜM EĞİTİM HEDEFLERİ

1)Toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasal konulardaki disiplinlerarası bilgi birikiminden faydalanarak bireysel ya da ekip çalışmasıyla, alanında etkili içerik üreten, tasarlayan ve yöneten uzmanlar yetiştirmek

2)Alanındaki çalışmaların kamu yararı, çevre sorunları, eşitlik ve kültürel çeşitlilik gibi evrensel ve toplumsal konulardaki etik ve hukuki sonuçlarını dikkate alarak hareket eden uzmanlar yetiştirmek

T.C
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜM BAŞKANLIĞI
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
17/02/2025	97753536-050.04	04

3)Hitap ettiği hedef kitlelerin özellikleri, ihtiyaçları, farklılıkları temelinde strateji, yöntem ve teknikleri geliştirme ve çeşitli mecralarda uygulama becerisine sahip uzmanlar yetiştirmek

4)Yaratıcı ve eleştirel yaklaşımla, alanına özgü araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme becerisine sahip uzmanlar yetiştirmek

BÖLÜM PROGRAM ÇIKTILARI / KAZANIMLARI

	KAZANIM	HEDEF
1	Halkla ilişkiler, reklam, pazarlama ve bütünleşik pazarlama iletişimi alanına ilişkin temel kavram, kuram ve yöntem ile ilgili bilgi sahibidir.	4
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında hedef kitlelere uygun medya planlaması süreçlerini bilir.	4
3	Alanında yapılan faaliyetlerle ilgili periyodik raporlama yapma becerisine sahiptir.	4
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanıyla ilgili araştırma, planlama yapma yöntem ve tekniklerini kullanma becerisine sahiptir.	4
5	Kurum ve kuruluşlardaki kriz yönetimi süreçlerini bilir.	3
6	Kurum ve kuruluşların tanıtımıyla ilgili medya ve dijital medya iletişim tekniklerini ve sürecini bilir.	3
7	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında medya stratejisinin oluşturulmasını ve uygulamasını bilir.	3
8	Halkla ilişkiler ve reklamcılıkla ilgili yasal düzenlemeler ve etik konusunda bilgi sahibidir.	2
9	Reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarından pazarlama araştırmalarını yapma, tüketici davranışını araştırma ve bu araştırma verileri doğrultusunda planlama yapma becerisine sahiptir.	3
10	Halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarını yürütme becerisine sahiptir.	4
11	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında dijital ortamları ve sosyal medyayı kullanma becerisine sahiptir.	1
12	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında güncel ve etkili sunum tekniklerini kullanma becerisine sahiptir.	1
13	Toplumsal gelişmeleri yakından izleyerek hedef kitle davranışlarındaki değişimleri araştırıp elde ettiği bilgileri halkla ilişkiler ve reklam kampanyalarında kullanma yetkinliğine sahiptir.	1
14	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında sorunları çözmek için bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alarak ortaya çıkan sorunları çözme yetkinliğine sahiptir.	1
15	Marka ve iletişim stratejisini oluşturma ve uygulama yetkinliğine sahiptir.	3
16	Geleneksel ve dijital mecralardaki tüketici davranışlarını bilimsel yöntemlerle analiz etme ve bu mecraların kendine özgü dinamiklerini değerlendirme yetkinliğine sahiptir.	3
17	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanlarıyla ilgili ulusal ve uluslararası meslek örgütlerinin standartlarına ve etik kodlarına uygun davranma bilincine sahiptir.	2



T.C
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜM BAŞKANLIĞI
KALİTE KOMİSYONU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
17/02/2025	97753536-050.04	04

B)Bölümümüz Ders Planında yapılacak değişikliklerin Bölüm Amaç ve Hedefleri, Akreditasyon Çalışmaları ile Program Çıktıları doğrultusunda Bölüm Ders Planında Danışma Kurulunca yapılması istenen değişiklikler değerlendirilmiş;

Bölüm Danışma Kurulunun mevcut Ders Planında olmayan Sağlık İletişimi, Kamu Diplomasisi, Sürdürülebilirlik İletişimi, Yapay Zeka ve İletişim, Dijital İçerik Yönetimi, Toplumsal Cinsiyet, Psikanalitik Kuram ve Yaratıcılık, Reklam, Siyaset ve Etik, Eleştirel Kuramlar, Medya ve Tüketim Toplumu, Göç ve İletişim ile Veri Madenciliği derslerinin eklenmesi, Ders Planımızda yer alan Sosyal Medya Dersi'nin adının Sosyal Medya Yönetimi olarak değiştirilmesi Felsefe, Mitoloji ve Yazışma Teknikleri Derslerinin de kaldırılması doğrultusunda görüş bildirmiş olup kararın Bölüm Başkanlığına bildirilmesine karar verilmiştir.

e-imzalıdır

Dr. Öğr. Üyesi Hülya Anakız Ertürk
Öğretim Üyesi

Prof. Dr. Elif ŞEŞEN
Öğretim Üyesi

Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT
Öğretim Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Işıl HORZUM
KOŞAR
Öğretim Üyesi

Arş. Gör. Serhat MAD SAR
Araştırma Görevlisi

Raportör:
18/02/2025 Cumali AKTÜRK
Bölüm Sekreteri



**T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ**

**MEMNUNİYET ANKETİ
DEĞERLENDİRME RAPORU**

2024

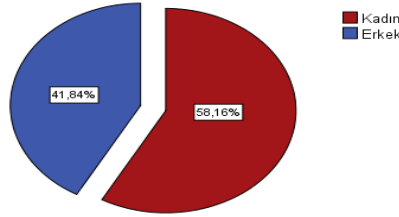
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
MEMNUNİYET ANKETİ DEĞERLENDİRME RAPORU
(2024)

Bu raporun amacı, 2023-2024 Eğitim-Öğretim Yılı itibariyle İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğrencilerinin memnuniyet düzeylerini (1) fiziksel olanaklar, (2) öğrencilere sağlanan hizmetler, (3) eğitim-öğretim faaliyetleri, (4) ölçme ve değerlendirme süreci ile (5) ders danışmanlık faaliyetleri kapsamında incelemektir. Öğrencilerinin genel anlamda ve farklı başlıklarda memnuniyet düzeylerini ölçmek için en düşük 1 puan (Kesinlikle katılmıyorum) ve en yüksek 5 puan (Kesinlikle katılıyorum) verilebilen doğrusal likert tipi ölçek kullanılmıştır.

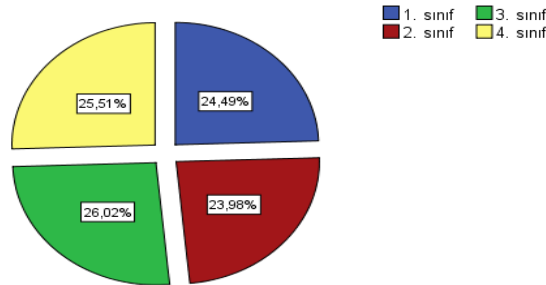
● **Katılımcılar**

Ankete 196 öğrenci katılmıştır. Katılımcıların 114'ü kadın (%58,16) ve 82'si erkek (%41,84) olup katılımcıların sınıflara göre dağılımı ise 1. sınıf 48 kişi (%24,49), 2. sınıf 47 kişi (%23,96), 3. sınıf 51 kişi (%26,02) ve 4. sınıf 50 kişidir (%25,51).

Şekil 1: Katılımcıların cinsiyete göre dağılımı



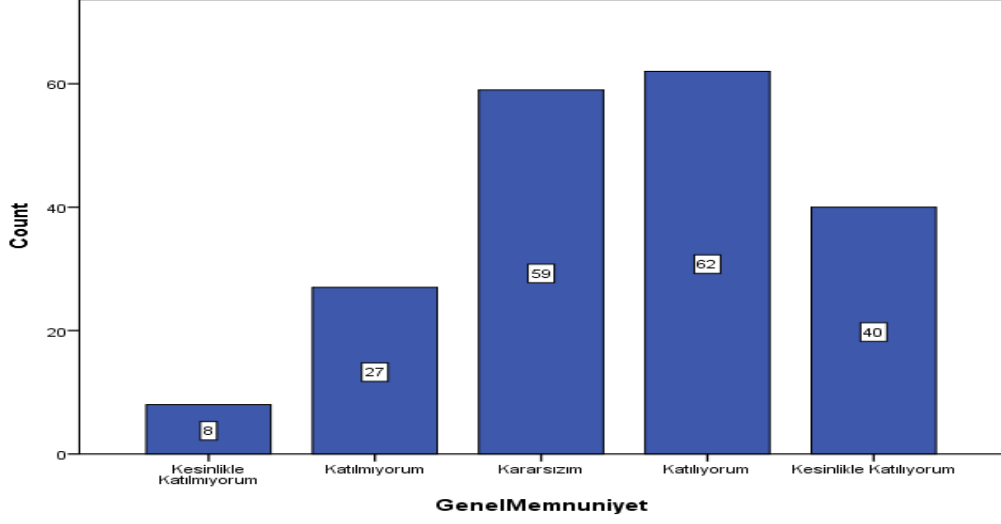
Şekil 2: Katılımcıların sınıfa göre dağılımı



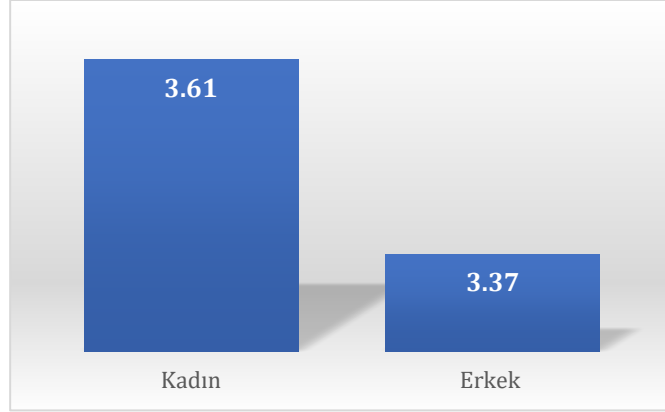
● **Fakültemizden genel anlamda memnuniyet düzeyiniz**

Ankete katılan öğrencilerin fakültemizden genel anlamda memnuniyet düzeyi ortalaması 5 üzerinden 3,51 olarak hesaplanmıştır. Genel memnuniyet puanlarının dağılımı Şekil 3'te verilmektedir. Cinsiyete ve sınıf düzeyine göre genel memnuniyet ortalamaları Şekil 4 ve Şekil 5'te verilmektedir.

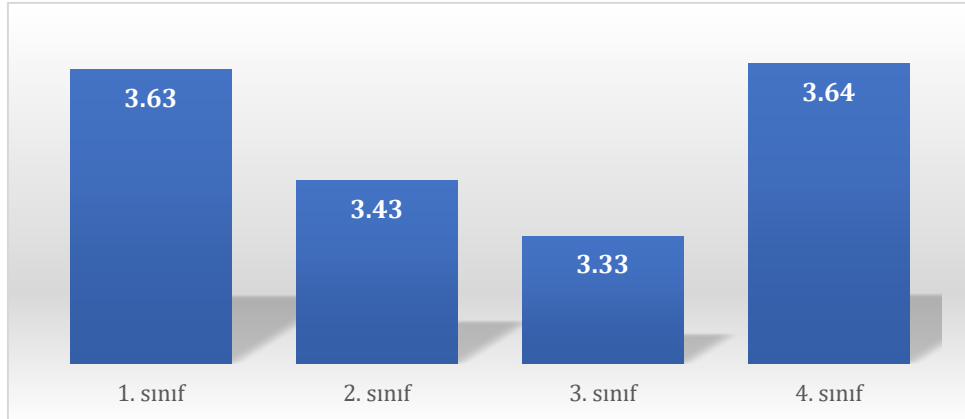
Şekil 3: Genel Memnuniyet



Şekil 4: Cinsiyete Göre Genel Memnuniyet



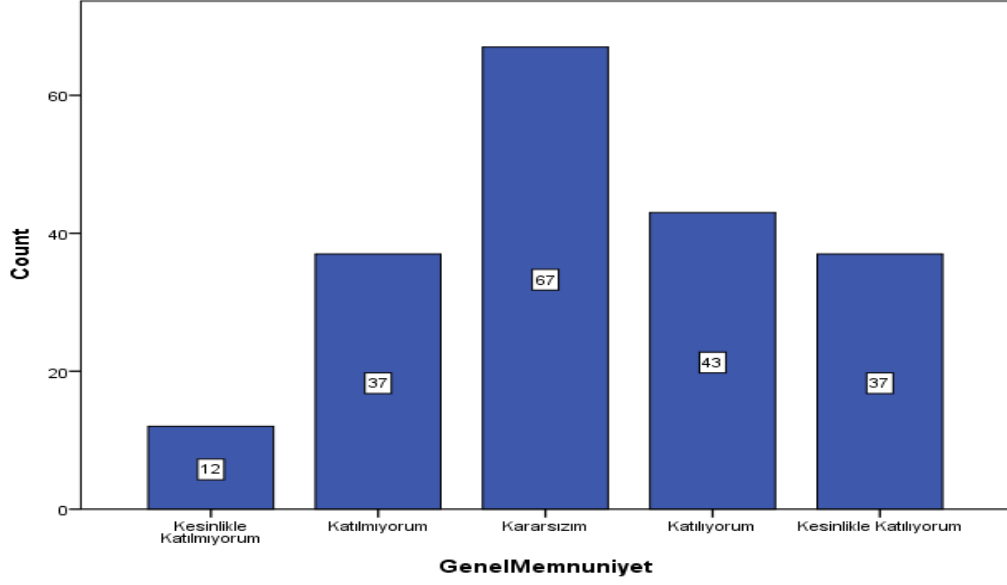
Şekil 5: Sınıfa Göre Genel Memnuniyet



● **Fakültemizin fiziksel ortamından ve öğrenmeyi destekleyici faaliyetlerinden memnuniyet düzeyiniz**

Ankete katılan öğrencilerin fakültemizin fiziksel ortamından ve öğrenmeyi destekleyici faaliyetlerinden (dersliklerin büyüklüğü, çalışma salonu, teknolojik araç-gereçlerin ve laboratuvarların yeterliliği vb.) memnuniyet düzeyleri ortalaması 3,29 olup öğrenci sayısının dağılımı Şekil 6’da verilmektedir.

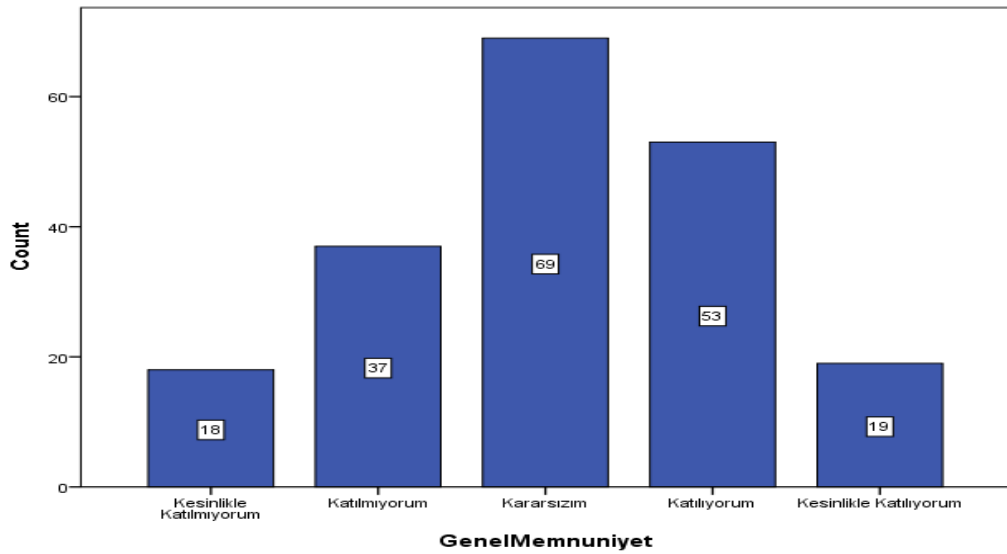
Şekil 6: Fiziksel Ortama Dair Memnuniyet



● **Fakültemizde öğrencilere sağlanan olanaklardan memnuniyet düzeyiniz**

Fakültemizde öğrencilere sağlanan olanaklar (kantin, temizlik, ısınma vb.) ve hizmetlerden memnuniyet düzeyleri ortalaması 3,09 olup öğrenci sayısının dağılımı Şekil 7’de verilmektedir.

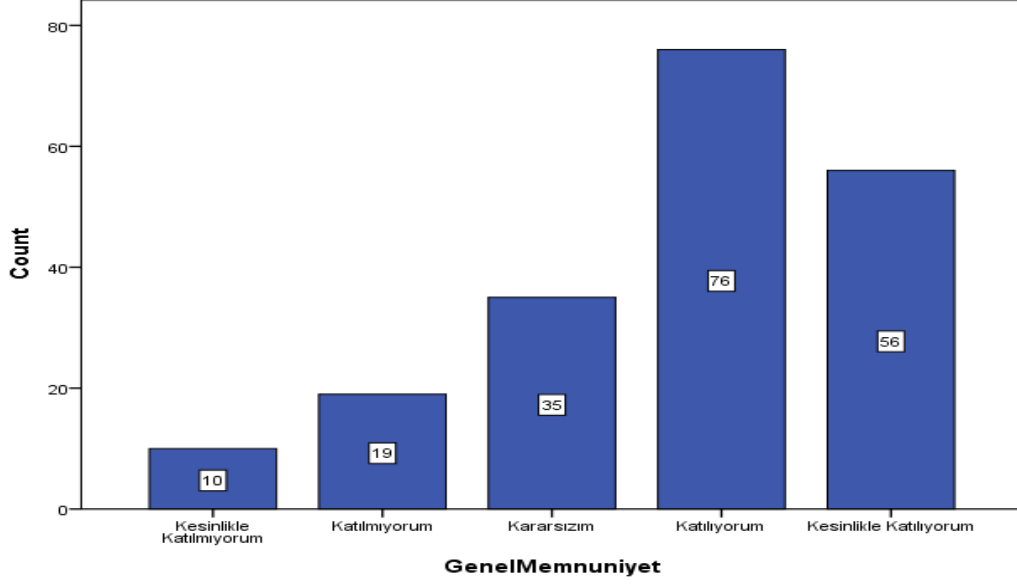
Şekil 7: Olanaklara Dair Memnuniyet



● **Fakültemizde yürütülen eğitim-öğretim faaliyetlerinden memnuniyet düzeyiniz**

Ankete katılan öğrencilerin fakültemizde yürütülen eğitim-öğretim faaliyetlerinden (dersler, öğretim elemanları, öğretim süreci vb.) memnuniyet düzeyleri ortalaması 3,76 olup öğrenci sayısının dağılımı Şekil 8’de verilmektedir.

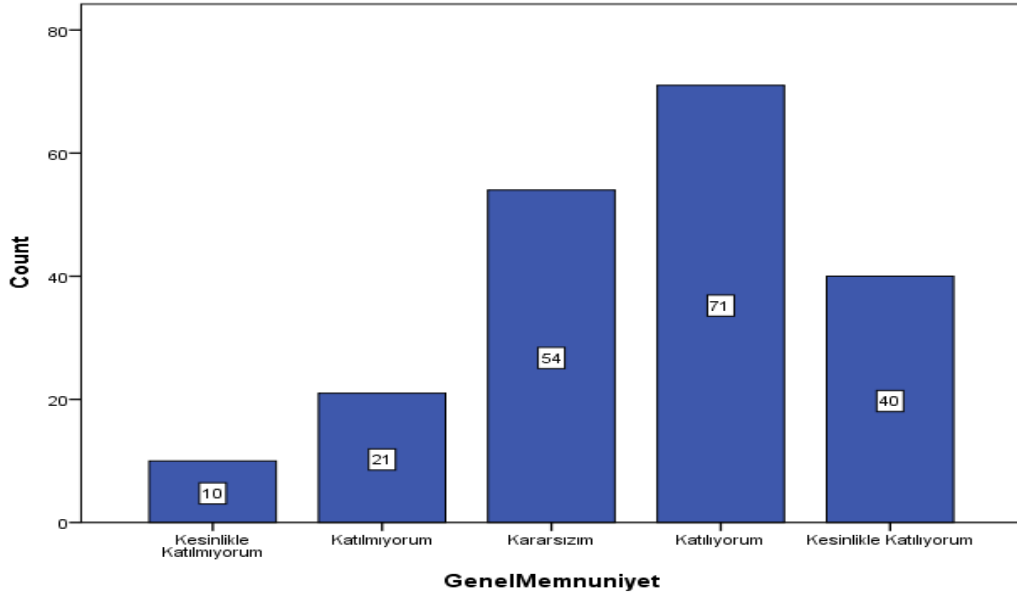
Şekil 8: Eğitim-Öğretim Faaliyetlerine Dair Memnuniyet



● **Fakültemizde yürütülen ölçme ve değerlendirme sürecinden memnuniyet düzeyiniz**

Fakültemizde yürütülen ölçme ve değerlendirme sürecinden (ödevler, sınavlar, not sistemi vb.) memnuniyet düzeyleri ortalaması 3,56 olup öğrenci sayısının dağılımı Şekil 9’da verilmektedir.

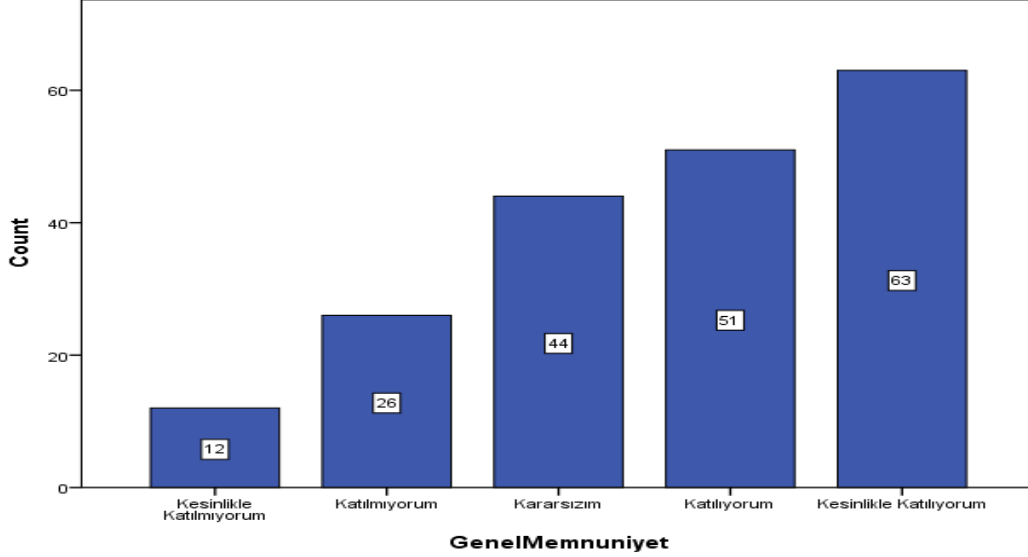
Şekil 9: Ölçme ve Değerlendirme Sürecine Dair Memnuniyet



● **Fakültemizde yürütülen akademik danışmanlık faaliyetlerinden memnuniyet düzeyiniz**

Ankete katılan öğrencilerin fakültemizde yürütülen akademik danışmanlık faaliyetlerinden (ders ve akademik danışmanlık vb.) memnuniyet düzeyleri ortalaması 3,65 olup öğrenci sayısının dağılımı Şekil 10'da verilmektedir.

Şekil 10: Akademik Danışmanlık Faaliyetlerine Dair Memnuniyet



● **Bölümünüz ders planına eklenmesinin faydalı olacağını düşündüğünüz ders(ler)**

Öğrencilerin bölüm ders planına eklenmesinin faydalı olacağını düşündükleri derslere dair önerileri Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1: Ders Önerileri

Önerilen Ders	1.snf	2.snf	3.snf	4.snf	Toplam
3D Modelleme				1	1
8.3. Big Data (Büyük Veri)				1	1
4.1. ve 6.3.Çevre		1			1
4.1.ve 6.3. Çevre İletişimi		1			1
4.1.ve 6.3.Çevre ve Sosyal Sorumluluk				1	1
4.1. ve 6.3. Çevre ve Sürdürülebilirlik			1		1
Dijital Pazarlama		1	3	2	6
7.1.Dijitalleşme / Dijital Teknolojiler		2	1	1	4
Diksiyon	1	2	1		4
Film Yapımı				1	1
Formasyon			1		1
Grafik Animasyon		1		1	2
Grafik Tasarım				2	2
4.1.İklim Değişikliği		1			1
İngilizce / Mesleki Yabancı Dil		1	1		2
Psikoloji		2			2
Reklamcılık			1		1
Reklamcılık Uygulamaları				1	1
Reklamcılıkta Dijitalleşme		1		1	2

Sosyal Medya		1			1
Uluslararası İlişkiler		1			1
8.3. Veri Madenciliği				1	1
Videografi				1	1
Web Tasarım			3		3
8.2. Yapay Zeka	2	3	1	1	7

● Öneri ve Talepler

Ankete katılan öğrencilerin öneri ve talepleri ise şunlardır:

1. Lavaboların hijyen açısından daha temiz olması
2. Lavabolarda daha kaliteli temizlik malzemesi kullanılması (sıvı sabun, peçete vb)
3. Erken saatlerde olan derslerin sınıflarının öğrenciler gelmeden açılması
4. Şehir dışı geziler düzenlenmesi
5. Kantin ısınma ve temizlik konusunda daha üzerinde durulmalı
6. Kantindeki yemek çeşitliliği
7. Daha fazla etkinlik yapılabilir
8. Derslerin öğleden sonra olmasının daha verimli olacağını düşünüyorum
9. Sınıflarda koku oluyor, daha iyi havalandırılması gerektiğini düşünüyorum
10. Sınıflar soğuk oluyor
11. Daha çok etkinlik yapılarak öğrenciler arasındaki iletişimi arttırmak
12. Daha fazla laboratuvar olabilir
13. Öğrenciler arasında iletişimsizlik
14. Tez danışmanının öğrenciye sorularak belirlenmesi
15. Tez danışmanının öğrenciye sorularak belirlenmesi
16. Projeksiyonlar yetersiz, kantin çok sıcak, bilgisayarlar çok yavaş
17. Öğrenci işlerinin daha özenli iletişim kurması



T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ MEZUNLAR DERS ÖNERİSİ
ANKET RAPORU

2025

MEZUNLAR DERS ÖNERİSİ ANKET RAPORU

ARAŞTIRMANIN AMACI

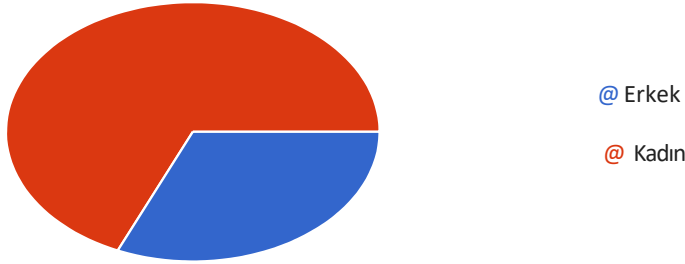
Araştırmanın amacı mezunların ders önerilerini almak ve müfredatta güncellemeler yapmaktır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE KAPSAMI

9 tane açık uçlu ve kapalı uçlu sorular temelinde anket Google Forms aracılığıyla oluşturulmuş ve Mezun Whatsapp Grubunda paylaşılmıştır. Mezun Whatsapp Grubumuzda 180 öğrenci bulunmaktadır. Bu öğrencilerden 19'u anketi yanıtlamıştır. Bunların 2'si Gazetecilik Bölümü, 13'ü Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, 4'ü Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü mezunlarından oluşmaktadır. 13'ü kadın ve 6'sı erkektir.

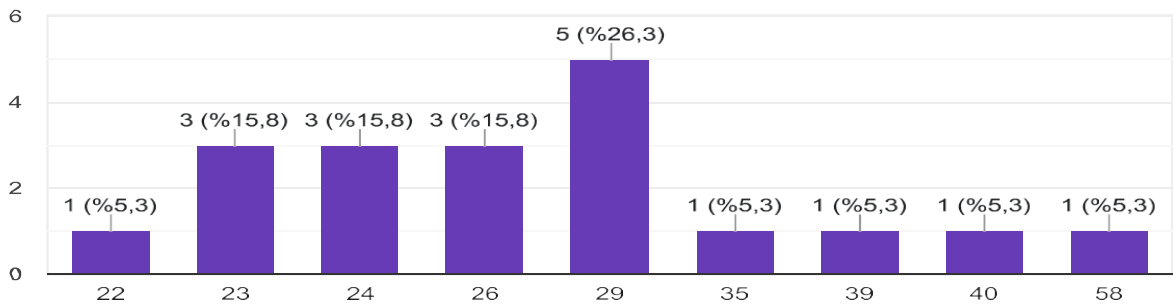
BULGULAR

Cinsiyet



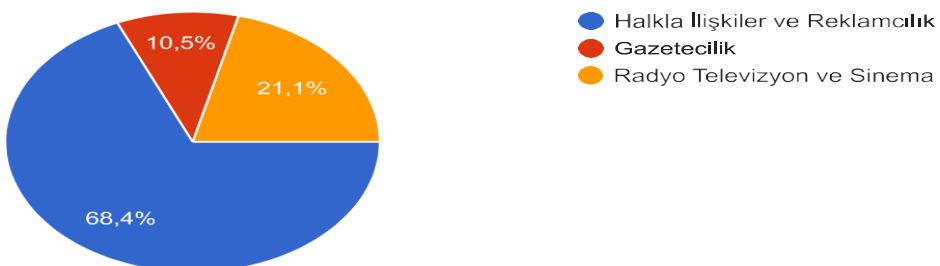
Yaş

19 yanıt



Mezun Olunan Bölüm

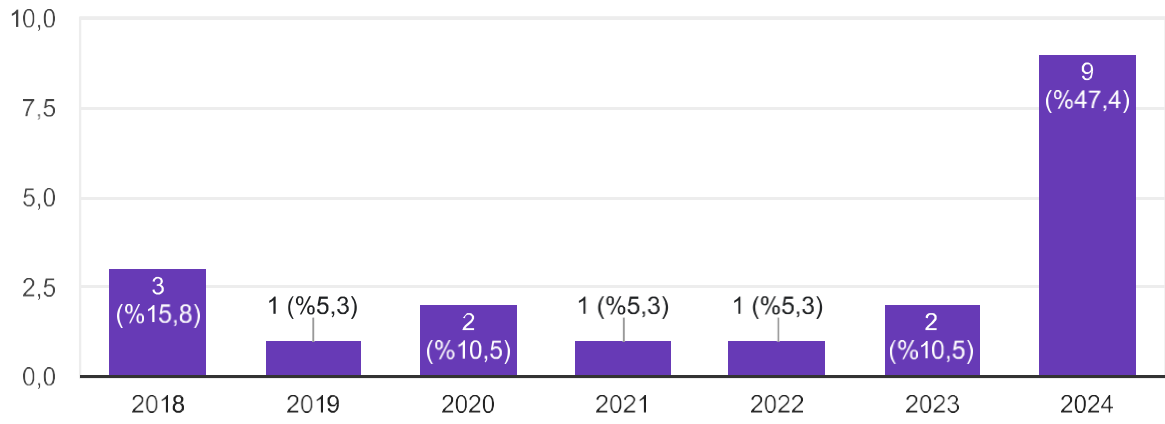
19 yanıt



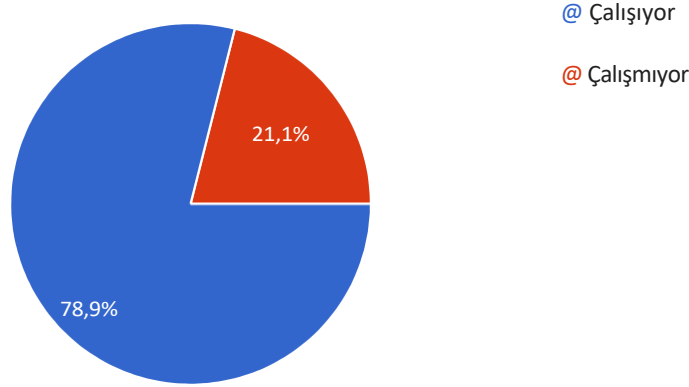
Mezun Olunan Yıl

Kopyala

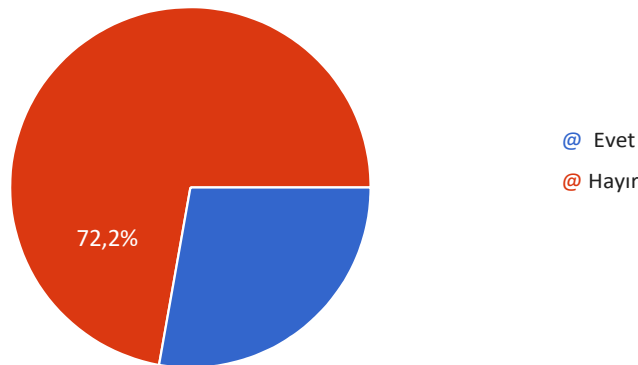
19 yanıt



Çalışma Durumu



Çalışıyorsanız okuduğunuz bölümle ilgili mi çalışıyorsunuz?



Mezun olduğunuz bölümde okutulmasını önerdiğiniz ders yada dersler var mı? Varsa adlarını yazınız.

- Görsel İletişim Tasarımı, Adobe Premier, Microsoft Office İleri Eğitimleri, Çağdaş Sosyal Medya Diksiyon
- Büro yönetimi
- Savaş muhabirliği dersinin olması gerektiğini düşünüyorum zira içinde bulunduğumuz 21. Yüzyıl daha çok savaşlara sahne olacak gibi görünüyor.
- Sosyal Medya ve Web Tasarım Kamera ve reklam
- Sürekli bilimsel şeyler değil de. Daha çok halka açık etkinlikler, birbirleri ile iletişim kurarak yardım olarak bir projeyi bitirme, etkinlikler yapmak
- Kişiler arası iletişim
- Basın üzerinden daha fazla ders olması gerekiyor
- Biraz ikna yeteneği gelişmesi için dersler verilmedi açıp slayt okuyan hocalar için söylüyorum biraz pratik ders verilmeli sizin anlattığınız o slaytlar bizim önümüze çıkmıyor bile
- Okutulması gereken bütün dersler okutuluyordu.
- Seslendirme eğitimi uygulamalı dersler 8.2.yapay zeka programları
- Sosyal medya reklamcılığı



Önerdiğiniz bu dersler kaçınıcı yarıyılda okutulmalı?

- 2.-3.-4. eğitim yarıyıllarında
- 2
- 3 veya 4
- 8. Yarıyla okutulmalı (taze bilgilerle sahneye çıkılmalı)
- 3. ve 4. Yarıyıl yoğun olarak öğretilmeli
- 4. Dönem
- Tüm yarıyıllarda yapılmalı. Eskiden kulüpler vardı şimdi o da kapanmış. Sürekli dersler ile kitaplar ile öğrenilmez bu bölüm. Etkinlikler insanlarla bir olmak iletişim kurarak yardım alarak bir etkinlik proje düzenlemek.
- İlk dönem
- Oyuncu yönetimi, diksiyon, kısa film tarihi, senaryo ve kurgu derslerinin fazlalaştırılması
- Her sene hem sinema hem de basın şeklinde ikisinden ilerlenebilir
- Pratik eğitim ikna dersleri ya da güncel sektör olarak dersler verilmeli 4. Sınıfta verilmeli hatta dersi veremeyen mezun olmasın dersin hocası da Şeyhmus Hoca olmalı
- 3. Yarı yılda
- 4 sene boyunca
- 3
- 5-6



Öğrenci olduğunuz dönemde gördüğünüz derslerde döneminin değişmesine inandığınız ders ya da dersler var mı? Bu dersler kaçınıcı dönemde okutulmalı? Dersleri ve olmasını istediğiniz dönemleri kısaca yazınız.

- Branş habercilik dersleri son yarıyıda verilmeli ve bu dersi verenlerin branşla ilgili yetkin olmaları gerekir diye düşünüyorum. Örneğin spor haberciliğini spor geçmişi olan ya da en azından spordan anlayan birinin vermesi gibi.
- Hatırlamıyorum
- Yok
- Hayır
- Kişiler arası iletişim. İlk dönem okutulmalı. Çalışma hayatında en zor olan insanlarla uğraşmak. Anlattığını anlamaması. Ya da bizim anlatamamamız. Bence halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümünde ilk dönem okutulmalı
- Yok ders eklenmeli
- Güncel ders anlatılmalı sektörden örnekler verilmeli.
- Nesrin Hoca ödev verip öğrenciyi bıkıracakınıza öğrenciyi dersin içine çekmelisiniz.
- Yok
- Bitirme tezi dosya halinde hazırlanmamalı. Uygulama ödevleri halinde bitirilmeli.

SONUC

Anketi yanıtlayanların çoğu Halkla ilişkiler ve Reklamcılık Bölümü Mezunları olsa da Gazetecilik ve Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü Mezunları da ankete katılmıştır. 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 ve 2024 mezunlarından her yıldan katılımcı olduğu görülmektedir. Ancak çoğunluk 2024 yılı mezunlarından oluşmaktadır. Mezunların yüzde 78.9'nun çalışmaktadır ancak katılımcıların yalnızca yüzde 27.8'nin alanla ilgili çalıştığı saptanmıştır. Mezun olduğunuz bölümde okutulmasını önerdiğiniz ders yada dersler var mı sorusuna, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Mezunları Sosyal medya, görsel iletişim, kişilerarası



iletişim, ikna, web tasarımı, sosyal medya reklamcılığı, yapay zeka, ileri Microsoft eğitimleri, güncel sektör dersleri ve büro yönetimi konularında ders önerilerinde bulunmuşlardır. Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü mezunları ise basın üzerinden daha fazla ders olması ve diksiyon, oyuncu yönetimi, kısa film tarihi, senaryo ve kurgu derslerinin yoğunlaştırılmasına dikkat çekmişlerdir. Gazetecilik Bölümü Mezunları da bölümlerde verilen branş derslerini veren hocaların branşla ilgili yetkin olmaları gerektiği üzerinde durarak, spor haberciliğini spor geçmişi olan ya da en azından spordan anlayan birinin vermesini önermişlerdir. Gazetecilik mezunları ayrıca 21. Yüzyılın daha çok savaşlara sahne olacağını söyleyerek Savaş Muhabirliği dersinin olması gerektiğini belirtmişlerdir. Önerdiğiniz bu dersler kaçıncı yarıyıl okutulmalı sorusuna ağırlıklı olarak 3 ve 4. Yarıyıl yanıtı verilmiştir. Öğrenci olduğunuz dönemde gördüğünüz derslerde döneminin değişmesine inandığınız ders ya da dersler var mı sorusunda ise Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Mezunları güncel sektör dersleri vurgusu, çok dev verilmemesi ve bitirme tezlerinin uygulama şeklinde yapılması önerilerinde bulunmuşlardır. Gazetecilik mezunları branş habercilik derslerinin son yarıyıl da verilmesi üzerine görüş bildirirken; Radyo, Televizyon Sinema Bölümü Mezunları basın ve sinema üzerinden ilerlenmesinin yararlı olacağını ne sürmüşlerdir.





T.C
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜM BAŞKANLIĞI
BÖLÜM KURULU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
10/03/2025	97753536-050.04	14

10/03/2025 tarihinde saat 13:00'da Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT başkanlığında, aşağıda imzaları bulunan üyelerin katılımlarıyla toplanarak gündemdeki konuları görüşmüş ve aşağıdaki kararları almıştır.

Karar No 2025/15:

10.03.2025 tarihi saat 13:00'de Bölümümüz öğretim elemanları ve Fakültemizin diğer Bölümlerinin öğretim elemanları ile Bölümümüzün Ders Planı değişikliği konusu görüşüldü.

Bölümümüz ve Fakültemizin diğer Bölümlerinden ders veren öğretim elemanlarının görüşleri doğrultusunda Bölümümüz ders planında bulunan HIR3045 kodlu Reklam Fotoğrafçılığı, HIR4039 kodlu Sinemada Reklam ve HIR4018 kodlu Reklam Filmi dersleri için ön şartın kaldırılmasının uygun olacağı belirtilmiştir.

Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT
Bölüm Başkanı V.

Doç. Dr. Nesrin CANPOLAT
Anabilim Dalı Başkanı V.

Doç. Dr. Perihan ŞEKER
Anabilim Dalı Başkanı

Dr. Öğr. Üyesi Işıl HORZUM
KOŞAR
Anabilim Dalı Başkanı

Raportör:
10/03/2025 Cumali AKTÜRK
Bölüm Sekreteri



T.C
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞI
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜM BAŞKANLIĞI
BÖLÜM KURULU KARARI

Toplantı Tarihi	Kimlik /Dosya No	Toplantı Sayısı
10/03/2025	97753536-050.04	14



İLETİŞİM LİSANS ALANI VE PROGRAMLARI DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ (Sürüm 2.3)

İÇİNDEKİLER

A.GİRİŞ VE TANIMLAR	1
B. GENEL ÖLÇÜTLER	2
Ölçüt 1 Öğrenciler	2
Ölçüt 2 Program Öğretim Amaçları	3
Ölçüt 3 İLEDAK İletişim Alanı Öğretim Kazanımları	3
Ölçüt 4 Sürekli İyileştirme	4
Ölçüt 5 Öğretim Programı	4
Ölçüt 6 Öğretim Kadrosu	5
Ölçüt 7 Programın Altyapısı	5
Ölçüt 8 Kurum Desteği ve Finansal Kaynaklar	6
Ölçüt 9 Organizasyon ve Karar Alma Süreçleri	6
C. PROGRAMA ÖZGÜ ÖLÇÜTLER	
Ölçüt 10 Programa Özgü Ölçütler	6
Ölçüt 11: Uzaktan Öğretim Süreci	7

A. GİRİŞ VE TANIMLAR

Bu ölçütler, iletişim ortamlarının teknolojik gelişme ve değişimlere paralel olarak hızla yenildiği bir süreçte paydaşların ve sektörün beklentilerini karşılamak üzere, en az 8 yarıyıl ya da eşdeğerinden (240 AKTS kredisi ile) oluşan lisans düzeyindeki İletişim alanını kapsayan programların kalite güvencesini sağlamayı ve bu programların sürekli iyileştirilmesini desteklemeyi amaçlamaktadır.

Lisans düzeyindeki bir iletişim programının değerlendirilmesi için başvuruda bulunan yükseköğretim kurumunun ilgili birimi, söz konusu programlarının bu belgede yer alan ölçütleri yerine getirdiğini kanıtlamakla yükümlüdür.

Tanımlar:

Her ne kadar kurumlar kendi farklı terminolojilerini kullanabilirlerse de, İLAD ölçütlerini kullanarak yapılan değerlendirmelerde “Değerlendirme ve Akreditasyon Uygulama Esasları Yönergesi” (DAUY) Madde 7’de yer alan aşağıdaki temel tanımların tutarlı olarak kullanılması gerekmektedir:

AKTS Kredisi: Avrupa Kredi Transfer Sistemi’nce tanımlanan kredi.

Alana özgü ekipman ve donanımlar: Görsel, işitsel içeriklerin hazırlanması sürecinde çağdaş teknik standartlara ve üretim sürecine uygun ekipman, donatım ve yazılımları;

Değerlendirme: Ölçmeler sonucu elde edilen verilerin ve kanıtların çeşitli yöntemler kullanılarak yorumlanması süreci.

Değerlendirme süreci: Program öğretim amaçlarına ve program kazanımlarına erişim düzeylerini gösteren ve programı iyileştirmek üzere alınacak kararlarda ve yürütülecek eylemlerde değerlendirmelerin kullanılmasını sağlayan süreç.

Kredi: Bir kredi, yarıyıl boyunca her hafta düzenli olarak verilen bir saatlik teorik dersin ya da yapılan iki veya üç saatlik uygulama, pratik veya laboratuvar çalışmalarının öğretim yüküne eşdeğerdir.

Program kazanımları: Öğrencilerin programdan mezun oluncaya kadar kazanmaları gereken bilgi, beceri ve yetkinlikleri tanımlayan ifadeler.

Proje Çalışması: Alana özgü araştırma yöntemlerinin ve gereksinimlerin belirlenmesinden hareketle, eleştirel düşünme, etik yaklaşım, temel iletişim ilkelerinin yaratıcı kullanımı ve / veya yeni bir yaklaşım ve bakış açısı getiren çalışmaları ifade eder.

Program Öğretim Amaçları: Programın mezunlarının yakın bir gelecekte erişmeleri istenen kariyer hedefleri ve mesleki beklentilerini tanımlayan genel ifadeler.

Ölçme: Program öğretim amaçlarına ve program kazanımlarına erişim düzeylerini saptamak üzere çeşitli ölçme araçları kullanılarak yapılan değerlendirmeyi ifade eder.

Uzaktan öğretim: Üniversitedeki öğretim faaliyetlerinin bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı olarak planlandığı ve yürütüldüğü, öğrenci ile öğretim elemanı ve öğrencilerin kendi aralarında karşılıklı etkileşimine dayalı olarak derslerin öğretim elemanı tarafından aynı mekânda bulunma zorunluluğu olmaksızın eşzamanlı ve/veya eşzamansız biçimde verildiği öğretimi ifade eder.

Ürün: Her bir programın, özelliğine bağlı olarak, öğrencilerin kendi öğretim programları süresince tasarladıkları, uyguladıkları, hazırladıkları ve ürettikleri iletişim alanına özgü tüm çalışmaları ifade eder.

B. GENEL ÖLÇÜTLER

Ölçüt 1: ÖĞRENCİLER

Bir iletişim programının değerlendirilmesinde, öğrencilerin niteliği, gelişimi ve başarıları önemlidir. Bu nedenle:

1.1 Programa kabul edilen öğrenciler, programın hedeflediği kazanımları öngörülen sürede edinebilecek bilgi, beceri ve yetkinliklere sahip olmalıdırlar.

1.2 Yatay ve dikey geçişle öğrenci kabulünde, çift anadal, yandal ve öğrenci değişimi uygulamaları ile başka kurumlarda ve/veya programlarda alınmış dersler ve kazanılmış kredilerin değerlendirilmesinde uygulanan politikalar ayrıntılı olarak tanımlanmış ve uygulanıyor olmalıdır.

1.3 Kurum ve/veya program tarafından başka kurumlarla yapılacak anlaşmalar ve kurulacak ortaklıklar ile öğrenci hareketliliğini teşvik edecek ve sağlayacak çalışmalar yapılmalıdır.

1.4 Öğrencileri ders ve kariyer planlaması konularında yönlendirecek danışmanlık hizmeti verilmelidir.

1.5 Öğrencilerin program kapsamındaki tüm dersler ve diğer etkinliklerdeki başarıları şeffaf, adil ve tutarlı yöntemlerle ölçülmeli ve değerlendirilmelidir.

1.6 Öğrenci memnuniyetinin değerlendirilmesi yapılmalı, bu kazanımların çeşitli yönetim aşamalarında değerlendirilmesi ve değerlendirme sonuçlarının ilgili birim ve bireylere geri bildirimi sağlanmalıdır.

1.7 Öğrencilerin mezuniyetlerine karar verebilmek için, programın gerektirdiği tüm koşulların yerine getirildiğini belirleyecek güvenilir yöntemler geliştirilmiş ve uygulanıyor olmalıdır.

Ölçüt 2: PROGRAMIN ÖĞRETİM AMAÇLARI

2.1 Değerlendirilecek her iletişim programı için, program mezunlarının yakın bir gelecekte erişmeleri istenen kariyer hedeflerini ve mesleki beklentilerini tanımlayan ve genel ifadelerden oluşan program öğretim amaçları tanımlanmış olmalıdır.

Bu amaçlar;

2.1.1 Kurumun, fakültenin ve programın/bölümün özgörevleriyle uyumlu olmalıdır.

2.1.2 Program, iç ve dış paydaşların görüş ve önerileri dikkate alınarak yapılandırılmalı ve belirli aralıklarla güncellenmelidir.

2.1.3 Kolayca erişilebilecek şekilde yayımlanmış olmalıdır.

2.2 Programın öğretim amaçlarına ulaşıldığını belirlemek ve belgelemek için kullanılan bir ölçme ve değerlendirme süreci oluşturulmuş ve işletiliyor olmalıdır. Bu süreç yardımıyla programın öğretim amaçlarına ulaşıldığı kanıtlanmalıdır.

2.3 Programlar, mezunlarının program kazanımlarını sağladıklarını kanıtlamak için izleme yöntemleri geliştirmiş olmalıdırlar.

Ölçüt 3: İLETİŞİM ALANI ÖĞRETİM KAZANIMLARI

Program kazanımları, programın öğretim amaçlarına ulaşabilmek için gerekli bilgi, beceri ve davranış bileşenlerinin tümünü kapsamaktadır.

İletişim programları, aşağıda sıralanan İLAD İletişim Alan kazanımlarını içermelidir. Programlar; öğretim amaçlarıyla tutarlı olmak koşuluyla, kendilerine özgü ek kazanımlar tanımlayabilirler.

İLAD İletişim Alanı Kazanımları (Sürüm 2.3)
3.1 İletişim alanı ve programlarıyla ilgili sosyal ve kültürel konularda disiplinlerarası yeterli bilgi birikimine ve bu bilgiyi programın kapsadığı alanlarda kullanabilme becerisine sahip olma.
3.2 Bilimsel, toplumsal, ekonomik, yasal, siyasal gelişmeler vb. konularda bilgi sahibi olma.
3.3 Yaratıcı ve eleştirel yaklaşımla, alanına özgü araştırma, planlama, ürüne dönüştürme, uygulama becerisine sahip olma.
3.4 Alanında ekip çalışması yürütebilme becerisine sahip olma.
3.5 Alanı ile ilgili hukuki düzenlemeler ve uygulamaları konusunda bilgi sahibi olma.

3.6 Çalışmalarında mesleki etik ilkelerini uygulama becerisine sahip olma.
3.7 Alanla ilgili mesleki çalışmalarının insan hakları, kültürel çeşitlilik, çevre sorunları, kamu yararı ve kamu hizmeti gibi evrensel ve toplumsal boyuttaki etkileri ve hukuksal sonuçları konusunda duyarlı olma.
3.8 İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibi olma; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinci ile davranma becerisine sahip olma.
3.9 Öğretim programlarında en az iki adet alan dışı dersi başarıyla tamamlama.
3.10 İş sağlığı ve güvenliği konusunda bilgi sahibi olma.
3.11 En az bir yabancı dilde alanıyla ilgili sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine (Avrupa Dil Portfolyosu B1 Genel Düzeyinde) sahip olma.

Ölçüt 4: SÜREKLİ İYİLEŞTİRME

4.1 Kurulan ölçme ve değerlendirme sistemlerinden elde edilen sonuçların, programın sürekli iyileştirilmesine yönelik olarak kullanıldığına ilişkin kanıtlar sunulmalıdır.

4.2 Bu iyileştirme çalışmaları, başta Ölçüt 2 ve Ölçüt 3 ile ilgili alanlar olmak üzere, programın tüm gelişmeye açık alanları ile ilgili, sistematik bir biçimde toplanmış, somut verilere dayalı olmalıdır.

Ölçüt 5: ÖĞRETİM PROGRAMI

5.1 Her programın, öğretim amaçlarını ve kazanımlarını destekleyen bir “ders programı” olmalıdır. Ders programı, Ölçüt 3’te verilen İletişim Alan Kazanımları ile Ölçüt 10’da verilen program kazanımlarını içermelidir.

Öğretim programı aşağıdaki bileşenleri içermelidir:

5.1.1 İlgili bilim alanına uygun en az 32 ulusal kredi ya da en az 60 AKTS değerinde temel öğretim.

5.1.2 İlgili bilim alanında en az 48 ulusal kredi ya da en az 90 AKTS değerinde uygun öğretim.

5.1.3 Program amaçları doğrultusunda, öğretim programının içeriğini bütünüleyen, en az %25 oranında ya da 60 AKTS değerinde seçmlik ders.

5.1.4 Mezuniyet için öğrenci en az 240 AKTS tutarını sağlamış olmalıdır.

5.2. Öğretim programının uygulanmasında kullanılacak öğretim yöntemleri, istenen bilgi, beceri ve yetkinliklerin öğrencilere kazandırılmasını garanti etmelidir.

5.3 Kurumda öğretim programının öngörüldüğü biçimde uygulanmasını güvence altına alacak ve sürekli gelişimini sağlayacak bir yönetim sistemi bulunmalıdır.

5.4 Öğrenciler, derslerde edindikleri bilgi ve becerileri çevre sorunları, etik, sağlık, güvenlik gibi konularda sürdürülebilir bir bakış açısıyla uygulamaya, tasarlamaya, planlamaya ve üretime dönüştürmeye hazırlanmalıdır.

Ölçüt 6: ÖĞRETİM KADROSU

Öğretim kadrosu, öğretim programının temel unsurudur. Öğretim kadrosu programın etkin bir şekilde sürdürülmesini, değerlendirilmesini ve geliştirilmesini sağlamalıdır.

6.1 Öğretim kadrosu, yeterli akademik düzeye sahip ve programın tüm alanlarını kapsayacak sayıda olmalıdır. Dört yıllık iletişim eğitimi sonunda programın öğretim kadrosu en az 6 öğretim üyesi / öğretim görevlisine ulaşmalıdır.

6.2 Her programın öğretim üyesi sayısı, her düzey akademik unvanları Prof., Doç., Doktor Öğretim Üyesi ve Öğretim Görevlisi olarak ders programını içeren bir dağılım göstermelidir.

6.3 Öğretim kadrosunun kendi uzmanlık alanında ders vermesi sağlanmalıdır.

6.4 Öğretim kadrosu yeterli niteliklere sahip olmalıdır. Öğretim elemanları, öğretim programlarının yürütülmesinin yanında, bilimsel araştırma yapma, öğretim elemanı-öğrenci ilişkisi, öğrenci danışmanlığı, üniversiteye hizmet ve mesleki gelişim hizmetlerinin yerine getirilmesi gibi konularda etkin olmalıdır.

6.5 Öğretim hizmetlerine destek olan ders saati ücretli öğretim elemanlarında, verdikleri dersler konusunda yeterlilik şartı aranmalıdır.

6.6 Öğretim elemanlarının mesleki açıdan gelişmelerini sağlayacak, hizmet içi eğitim türü destek çalışmaları yapılmalıdır.

Ölçüt 7: PROGRAMIN ALTYAPISI

7.1 Sınıflar, laboratuvarlar, stüdyolar, atölyeler, uygulama odaları ve diğer donanımlar, öğretim amaçlarına ve program kazanımlarına ulaşmak için yeterli olmalıdır.

7.2 Öğrencilerin ders dışı etkinlikler yapmalarına olanak sağlayan, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılayan, mesleki gelişimlerini destekleyen ve öğrenci-öğretim üyesi ilişkilerini canlandıran uygun altyapı mevcut olmalıdır.

7.3 Programlar, öğrencilerine görsel - işitsel içerik üretiminde gerekli olan ekipman, yazılım ve diğer donanımları kullanmayı öğrenecekleri olanakları sağlamalıdır. Bilgisayar ve enformatik altyapıları, programın öğretim amaçlarını desteklemeli,

öğrenci ve öğretim üyelerinin bilimsel ve eğitsel çalışmaları için yeterli düzeyde olmalıdır.

7.4 Öğrencilere sunulan, klasik ve dijital ortamlardaki kütüphane olanakları öğretim amaçlarına ve program kazanımlarına ulaşmak için yeterli düzeyde olmalıdır.

7.5 Öğretim ortamında; öğrenci laboratuvarlarında ve öğrencilerin diğer yaşam alanlarında gerekli güvenlik önlemleri alınmış olmalıdır.

7.6 Özel gereksinimli (engelli) öğrenciler için yeterli düzeyde altyapı düzenlemesi bulunmalıdır.

Ölçüt 8: KURUM DESTEĞİ VE FİNANSAL KAYNAKLAR

8.1 Üniversitenin idari desteği, yapıcı liderliği, finansal kaynakların dağıtımında izlenen strateji, programın kalitesini ve bunun sürdürülebilmesini sağlayacak düzeyde olmalıdır.

8.2 Finansal kaynaklar, nitelikli bir öğretim kadrosunu çekecek, tutacak ve mesleki gelişimini sürdürmesini sağlayacak düzeyde olmalıdır.

8.3 Program için gereken altyapıyı sağlamaya, bakımını yapmaya ve işletmeye yetecek kaynak sağlanmalıdır.

8.4 Bölüm sekreteri, teknik uzman gibi idari ve teknik kadrolar, program kazanımlarını sağlamaya destek verecek sayı ve nitelikte olmalıdır.

8.5 Program gereksinimlerini karşılayacak destek personeli ve kurumsal hizmetler sağlanmalıdır.

Ölçüt 9: ORGANİZASYON VE KARAR ALMA SÜREÇLERİ

Yükseköğretim kurumunun organizasyonu ile rektörlük, fakülte, bölüm ve varsa diğer alt birimlerin kendi içlerindeki ve aralarındaki tüm karar alma süreçleri, program kazanımlarının gerçekleştirilmesini ve öğretim amaçlarına ulaşılmasını destekleyecek şekilde düzenlenmelidir.

C. PROGRAMA ÖZGÜ ÖLÇÜTLER

Ölçüt 10: Programlara Özgü Ölçütler

Programa özgü ölçütler, belirli bir iletişim programına özgü ek ölçütleri tanımlamaktadır. Bu ölçütler dört yıllık lisans düzeyindeki oniki (12) ayrı iletişim programı için düzenlenmiştir.

10.1 Gazetecilik ve Habercilik Program kazanımları
10.2 Yeni Medya ve İletişim Program kazanımları
10.3 Yeni Medya ve Dijital Medya Program kazanımları
10.4 Görsel İletişim Tasarımı Program kazanımları
10.5 Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program kazanımları
10.6 Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Program kazanımları
10.7 Reklamcılık Program kazanımları
10.8 İletişim Bilimleri Program kazanımları
10.9 Radyo, Televizyon ve Sinema Program kazanımları
10.10 Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Program kazanımları
10.11 Çizgi Film ve Animasyon Program kazanımları
10.12 Dijital Oyun Tasarımı Program kazanımları
10.13 Grafik Tasarım Program Kazanımları

Ölçüt 11: UZAKTAN ÖĞRETİM SÜRECİ

11.1 Üniversite, uzaktan öğretim sürecini yönetebilecek gerekli alt yapıya sahip olmalıdır.

11.2 Uzaktan öğretimde teorik ve uygulamalı derslerde kullanılan öğrenme materyal ve kaynakları içerikleri çeşitlendirilerek öğrencilerle paylaşılmalıdır.

11.3 Öğretim üyelerinin, kurumun uzaktan eğitim sistemi hakkındaki bilgi, beceri ve yetkinlikleri geliştirilmelidir.

11.4 Üniversite, uzaktan öğretim sisteminde sınav güvenliğinin sağlanması için gerekli güvenlik önlemlerini almış olmalıdır.

11.5 Uzaktan öğretim uygulamaları içerisinde özel gereksinimli (engelli) öğrencilerin öğretimine olanak sağlayacak gerekli önlemler alınmalı ve bunlar ilgili öğrencilerle paylaşılmalıdır.