



**T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ**

**NÖHÜİFEST3 MEZUNLAR BULUŞMASI
ETKİNLİKLERİ DEĞERLENDİRME RAPORU**

2026

İLETİŞİM FAKÜLTESİ NÖHÜİFEST3 MEZUNLAR BULUŞMASI ETKİNLİKLERİ DEĞERLENDİRME RAPORU

AMAÇ

Üniversitelerin kurumsal itibar yönetimi, kurumsal aidiyet duygusunun sürdürülebilirliği ve paydaş ilişkileri yönetimi süreçlerinde mezunlar en stratejik hedef kitlelerden birini oluşturmaktadır. Bu kapsamda Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından gerçekleştirilen "NÖHÜİFEST 3 Mezunlar Buluşması", eski ve yeni mezunları bir araya getirerek kurumsal bağı güçlendirmeyi, mezunların sektörel tecrübelerini mevcut öğrencilerle paylaşabilecekleri organik köprüler kurmayı hedeflemiştir. Bu çalışmanın temel amacı; sergi, panel, seminer, konser ve kokteyl gibi geniş bir yelpazede sunulan NÖHÜİFEST 3 etkinliklerine katılan mezunların memnuniyet düzeylerini, kurumsal algılarını, etkinlik süreçlerine yönelik eleştiri ve önerilerini sistematik olarak analiz etmektir. Elde edilen veriler, gelecekte düzenlenecek mezun ilişkileri odaklı stratejik iletişim faaliyetlerine ve etkinlik yönetim süreçlerine veri temelli bir projeksiyon sunmayı amaçlamaktadır.

ÖNEM

Dijital kriz iletişimi ve itibar yönetimi süreçlerinde kurum içi ve kurum dışı paydaşların sadakati kritik bir savunma hattı ve itibar elçiliği unsurudur. Mezunlar, bir üniversitenin sahadaki kurumsal yüzüdür. Dolayısıyla mezun odaklı etkinliklerin başarısı, sadece bir sosyal organizasyon olmanın ötesinde, üniversite-sanayi/sektör iş birliğinin sürdürülmesi ve eğitim müfredatlarının sektörel ihtiyaçlara göre güncellenmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu rapor aracılığıyla mezunların istihdam profillerinin, etkinlik duyuru kanallarının etkinliğinin ve etkinlik içeriğine yönelik nitel değerlendirmelerinin ortaya konulması; İletişim Fakültesi'nin halkla ilişkiler stratejilerine doğrudan katkı sağlayacaktır. Özellikle katılımcı geri bildirimlerinde yer alan hassasiyetlerin tespiti, kurumsal iletişimin çift yönlü simetrik model uyarınca işletilmesi adına yüksek bir öneme sahiptir.

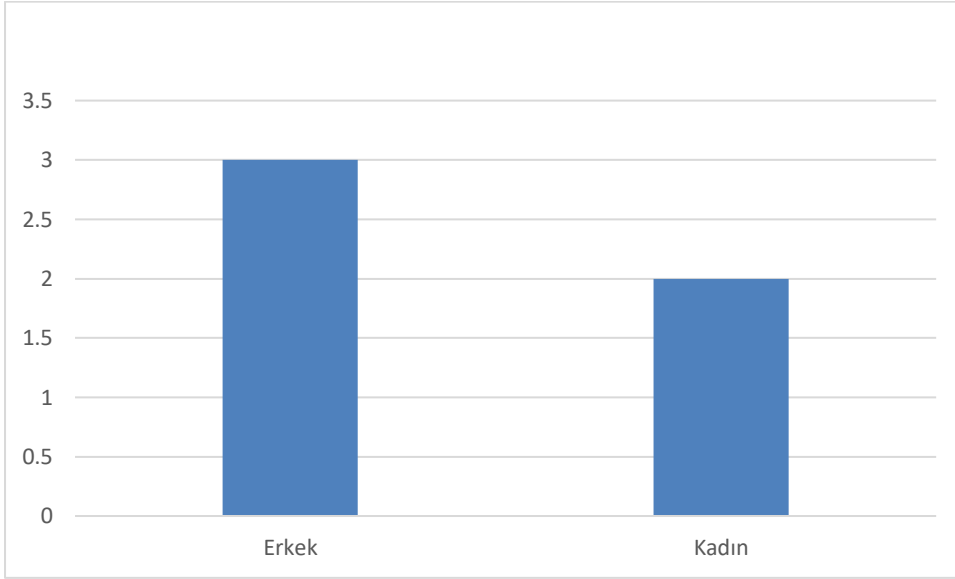
3. YÖNTEM VE KAPSAM

Bu çalışma, NÖHÜİFEST 3 Mezunlar Buluşması sonrasında etkinliğe katılım sağlayan mezunların deneyimlerini değerlendirmek amacıyla nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı karma bir tasarıma sahiptir. Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak yapılandırılmış anket formu ve açık uçlu sorular kullanılmıştır. Toplanan veriler yüzde analizlerine tabi tutularak sayısallaştırılmış, açık uçlu sorulara ise betimsel şekilde yer verilmiştir. Anket Mezun Whatsapp grubundan paylaşılmış, sonuçlar raporlanmıştır.

4. BULGULAR

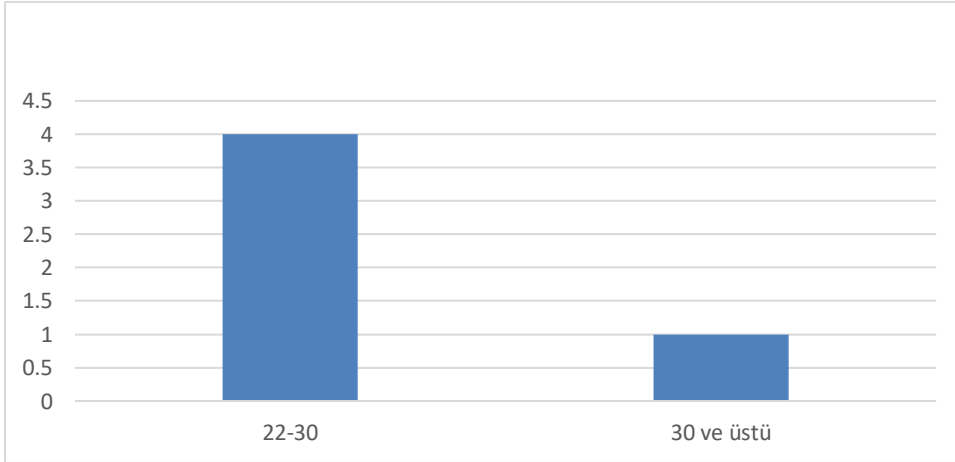
4.1. Demografik Yapı

Cinsiyet Dağılımı



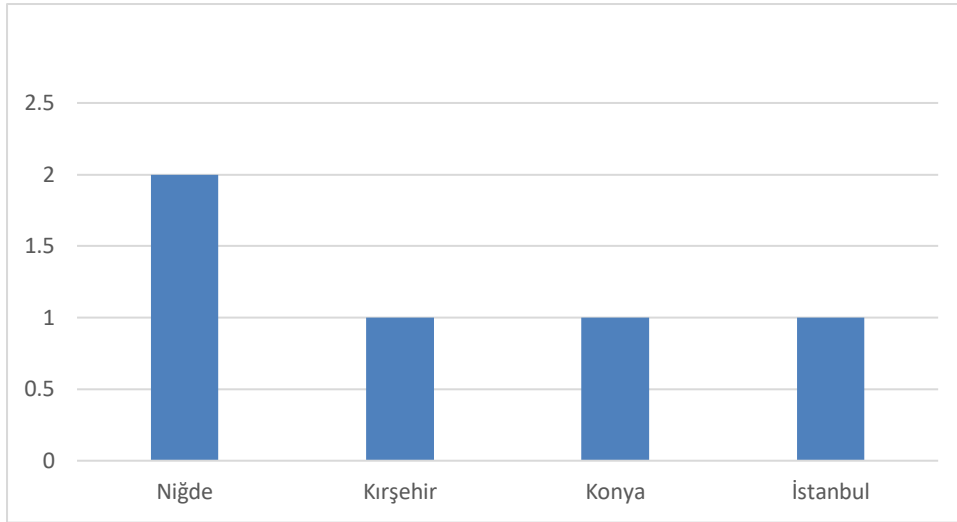
Katılımcıların %60,0'ı erkek, %40,0'ı kadındır, özetle katılımcıların çoğunluğunu erkek mezunlar oluşturmaktadır.

Yaş Dağılımı



Katılımcıların %80,0'i 22-30 yaş aralığı, %20,0'si 30 yaş üstü yaş aralığındadır. Ankete katılan mezun profilinin büyük bir kısmı genç ve yakın dönem mezunlardan oluşmaktadır.

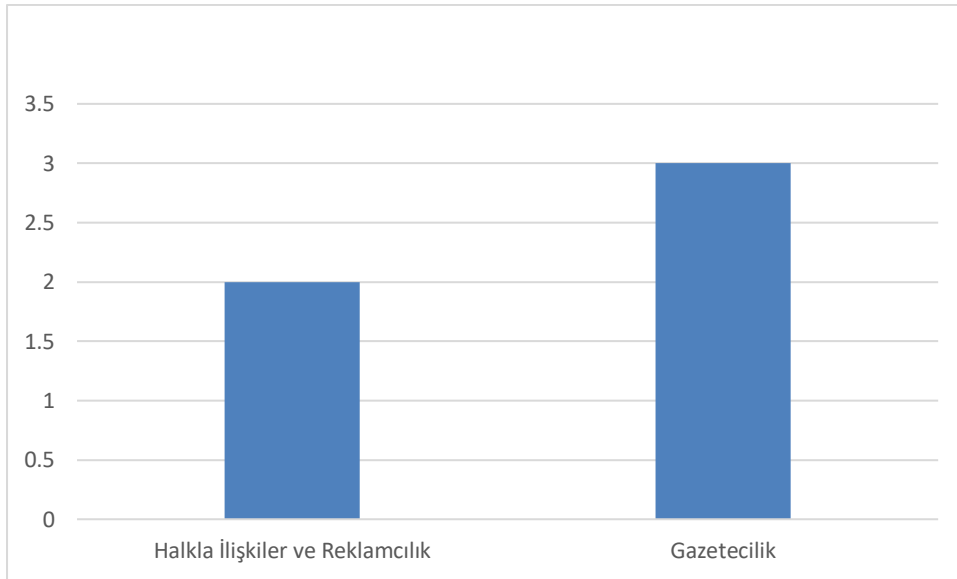
Yaşanılan Şehir



Katılımcıların %40'ı Niğde, %20'si Kırşehir, %20'si Konya, %20'si İstanbul'da ikamet etmektedir. Bu dağılım mezunların neredeyse yarısının üniversitenin bulunduğu Niğde'de yaşamaya devam ettiğini, diğer yarısının ise çevre illere ve İstanbul'a dağıldığını ortaya koymaktadır.

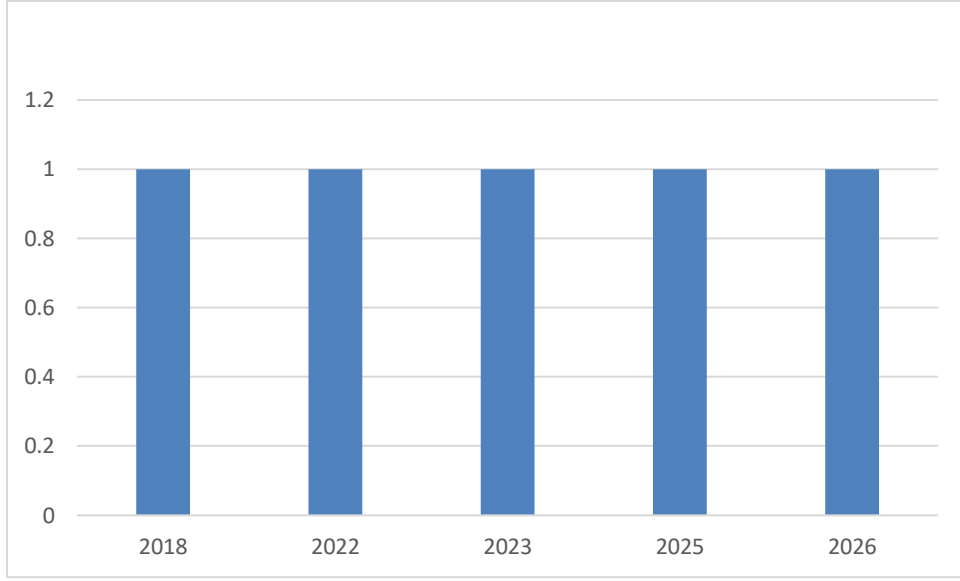
4. 2. Eğitim ve Mezuniyet Bilgileri

Mezun Olunan Bölüm



Katılımcıların mezun olduğu bölüm dağılımı ele alındığında %60'ı gazetecilik, %40'ı Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü mezunlarından meydana gelmektedir.

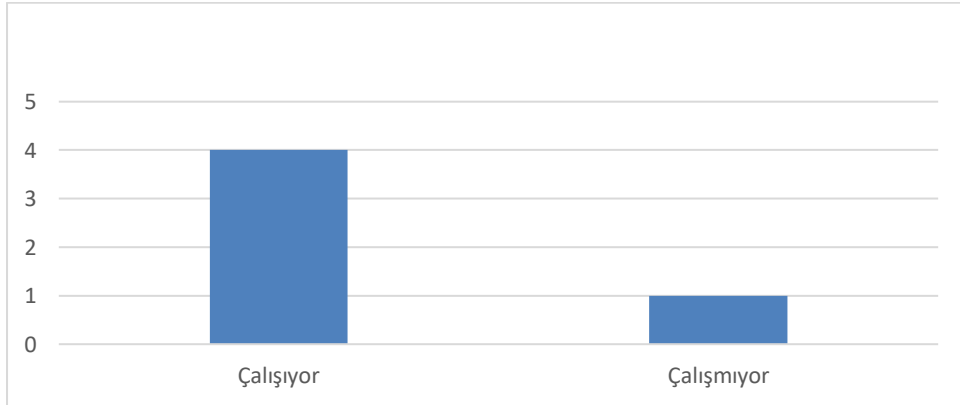
Mezuniyet Yılı Dağılımı



2018, 2022, 2023, 2025 ve 2026 yılları, her bir yıl %20 oranına sahiptir. Farklı dönemlerden (hem eski hem de çok yeni mezunlardan) homojen bir katılım sağlanmıştır.

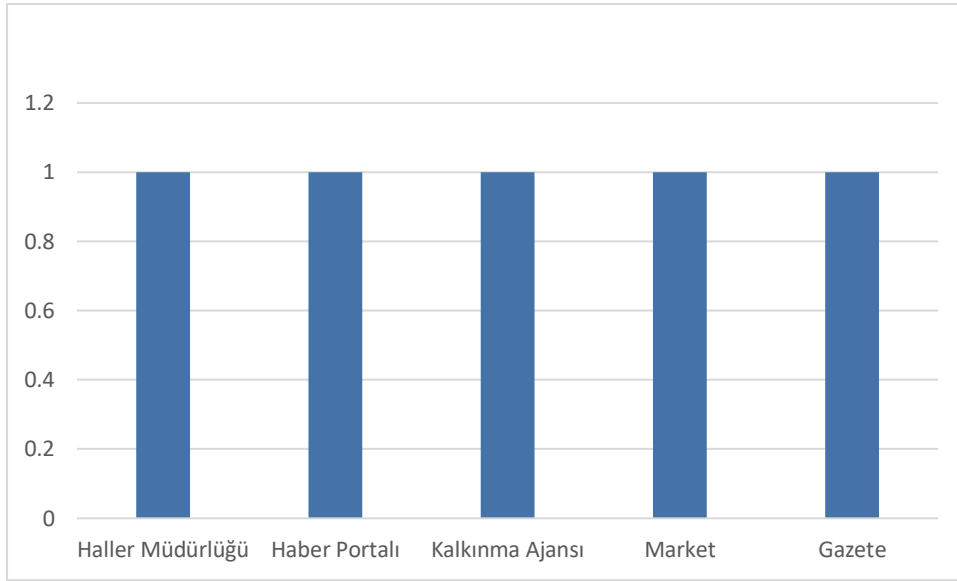
4.3. İstihdam ve Kariyer Durumu

Çalışma Durumu



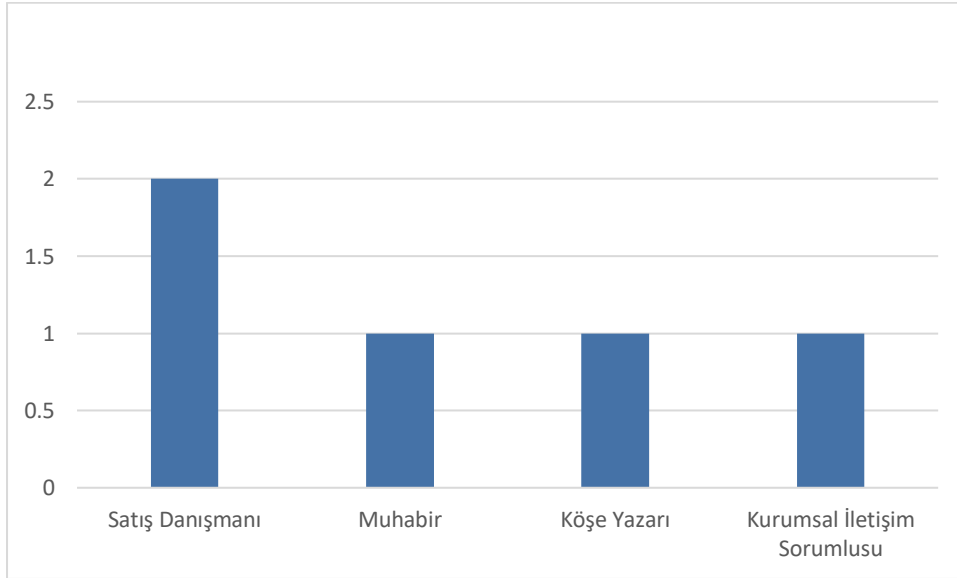
Katılımcıların %80'i çalışıyor, %20'si çalışmıyor şeklinde yanıt vermiştir. Mezunların istihdam oranı oldukça yüksektir; ankete katılan mezunların aktif olarak çalışma hayatında olduğunu kanıtlamaktadır.

Çalışılan Yer



Katılımcıların çalıştığı yerler eşit oranda %20 şer dağılmıştır: Haller Müdürlüğü, Haber Portalı, Kalkınma Ajansı, Market ve Gazete, mezunların bir kısmı doğrudan kendi alanlarında (Gazete, Haber Portalı) çalışırken, bir kısmı ise kamu (Kalkınma Ajansı/Müdürlük) ve perakende (Market) gibi farklı alanlara yönelmiştir.

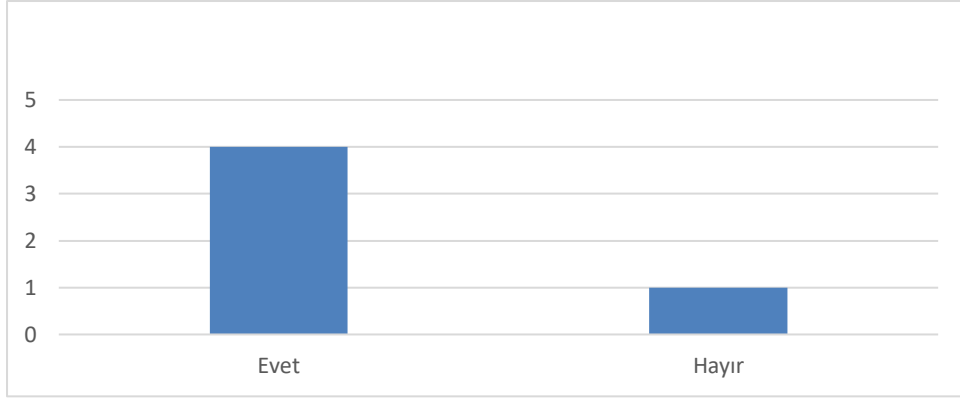
Çalışılan Kurumdaki Görev



Katılımcıların % 40'ı Satış Danışmanı, % 20'si Muhabir, %20'si Köşe Yazarı, %20'si Kurumsal İletişim Sorumlusu olarak çalışmaktadır. Mezunların %60'ı doğrudan iletişim sektörüne yönelik unvanlarda (Muhabir, Köşe Yazarı, Kurumsal İletişim) kariyerlerini sürdürmektedir.

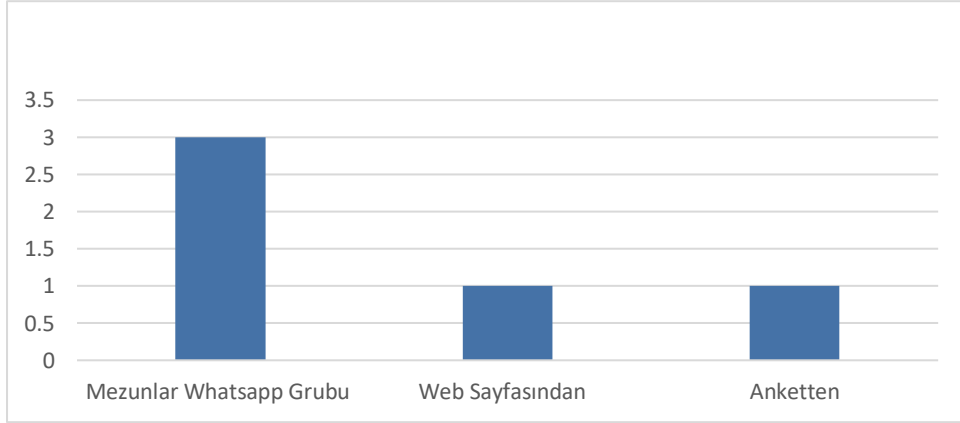
4.4. NÖHÜİFEST3 Etkinlikle İlgili Bilgi ve Öneriler

Etkinlikten Haberdar Olma Durumu



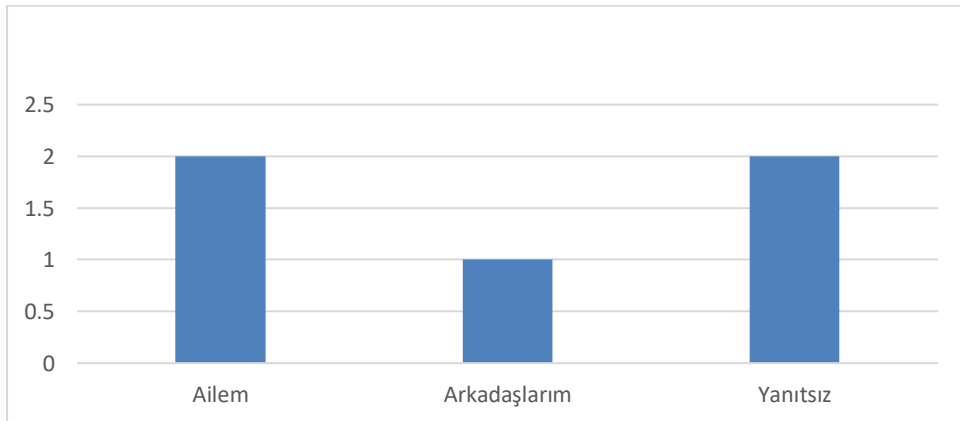
Etkinlikten Haberdar Olma Durumu %80 Evet, % 20 Hayır şeklindedir. Etkinlik duyuruları mezunların büyük bir çoğunluğuna başarıyla ulaşmıştır.

Etkinliğin Öğrenildiği Araç / Kanal



Katılımcıların % 60'ı Mezunlar Whatsapp Grubu, %20'si Web Sayfası, %20'si anket aracılığıyla etkinlikten haberdar olmuştur. Mezunlarla kurulan Whatsapp gruplarının, etkinlik duyurularında en hızlı ve en etkili iletişim kanalı olduğu açıkça görülmektedir.

Etkinliğe Kimlerle Katılındığı



Anket katılımcılarının % 40'ı ailem, % 20'si arkadaşlarım yanıtını verirken %40'ı bu soruyu yanıtızsız bırakmıştır. Etkinliğe katılanların önemli bir kısmı aile bağlarını veya arkadaşlık ilişkilerini etkinliğe yansıtmıştır.

Etkinlikle İlgili Açık Uçlu Sorular

Fakültemiz Mezunlar Buluşması NÖHÜİFEST 3 Sergi, Eski Yeni Buluşması, Hayata Değer Katmak Senin Elinde Panel ve Semineri, Konser, Kokteyl, uygulamalarından oluştu. Bu uygulamalarla ilgili görüşünüz nedir.

Hepsi güzel olmuş

Fazlasıyla gerekli uygulamaların ve eğlencelerin yeterli olduğunu düşünüyorum

Panel ve Seminerler ile birlikte Eski Yeni Buluşması çok olumlu olabilir. Networking ve bilgilenme açısından.

Fakültemiz Mezunlar Buluşması NÖHÜİFEST 3 Fakültemizde ve Üniversitemiz Kongre ve Kültür Merkezi'nde gerçekleştirildi. Sizce mezunlar buluşmalarımız Fakültemizde ve Kampüs içinde yer alan mekanlarda mı gerçekleştirilmeli?

Evet

Mekanın önemli olduğunu düşünmüyorum önemli olan içeriğin ve uygulayıcıları samimi olmaları ve bütün mezunlara aynı yakınlığı sergilemeleri.

Hayır kongre merkezinin daha uygun olduğunu düşünüyorum

Bence en güzelidir fakültede olması.

Fakültemiz Mezunlar Buluşmasında Neler Olmalı?

Önceki mezunlara da önem verilmesi gerekir, bu defaki buluşmada bizlere önem verilmediğini fark ettim bu durum buluşma etkinliğinin değerini yitirmesine neden olmaktadır bir daha ki etkinliğe ben ve kızım katılmayı düşünmüyoruz.

Bir eksik göremiyorum

Çok bir organizasyona gerek yok aslında bundan öncekilere fırsat olsaydı katılmak isterdim ve bundan sonrakilere olursa katılmak isterim.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

NÖHÜİFEST 3 Mezunlar Buluşması genel anlamda genç mezunlar üzerinde yüksek bir erişim oranına (%80) ulaşmış ve anlık mesajlaşma ağlarının gücünü ortaya koymuştur. Ancak nitel bulgular, özellikle eski/önceki dönem mezunların kendilerini dışlanmış veya yeterince önemsenmemiş hissettiklerini göstererek kurumsal halkla ilişkiler süreçlerinde bir paydaş sadakati riski barındığına işaret etmektedir.

Geliştirilen Stratejik Öneriler:

1. **Mezun İlişkileri Segmentasyonu:** Mezun buluşmalarında sadece yeni mezunlara odaklanılmamalı; eski mezunlar için "Kuşaklararası Deneyim Aktarımı Panelleri" veya "Vefa/Onur Ödülleri" gibi özel etkinlik modülleri tasarlanarak aidiyet duyguları yeniden canlandırılmalıdır.
2. **İletişim Kanallarının Çeşitlendirilmesi:** Anlık mesajlaşma (Whatsapp) başarısının yanı sıra, web sayfası ve resmi e-posta bültenleri (e-newsletter) üzerinden daha kurumsal ve prestijli davet mekanizmaları geliştirilmelidir.
3. **Mekan ve İçerik Dengelemesi:** Nitel veriler doğrultusunda, mezunların nostalji yaşayabileceği Fakülte mekanları ile daha profesyonel ağ kurma (networking) imkanı sunan Kongre Merkezi etkinlikleri dengeli bir protokolle harmanlanmalıdır.
4. **Birebir Geri Bildirim Döngüsü:** Ankette sitemini ve kırılganlığını dile getiren mezunlar gibi paydaşlarla doğrudan bölüm başkanlıkları düzeyinde iletişime geçilerek birebir kurumsal samimiyet sergilenmeli, paydaş kaybının önüne geçilmelidir.