



**NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ**

ÖĞRENCİ STAJ SÜRECİ KURUM ZİYARETLERİ DEĞERLENDİRME RAPORU

2026

1. AMAÇ

Bu Rapor, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğrencilerinin kamu kurumları, yerel yönetimler ve özel sektör kuruluşlarında gerçekleştirdikleri zorunlu staj süreçlerini yerinde incelemek amacıyla yapılan ziyaretler ve doldurulan "Staj Yerinde İnceleme Formları" verilerine dayanılarak hazırlanmıştır. Çalışmanın temel amacı; teorik eğitimin sahada pratik tecrübeye dönüşüm süreçlerini analiz etmek, öğrencilerin mesleki gelişimlerini yakından takip etmek ve Bölüm-sektör iş birliğini güçlendirmektir. Ziyaret edilen tüm staj yerlerinde stajların amacına uygun olarak yürütüldüğü tespit edilmiş olup, öğrencilerin en yoğun olarak yerel yönetimler (Niğde Belediyesi), valilik birimleri ve özel medya/iletişim ajanslarında görev aldıkları görülmüştür.

Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplini, teorik bilginin pratik saha uygulamalarıyla harmanlanmasını zorunlu kılan dinamik bir alanıdır. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, öğrencilerinin mezuniyet öncesi sektörel dinamikleri yerinde deneyimlemelerini sağlamak amacıyla her eğitim-öğretim döneminde kapsamlı staj programları yürütmektedir.

Akademisyenler tarafından gerçekleştirilen staj ziyaretleri;

1. Öğrencilerin çalışma ortamındaki uyumunu ve mesleki yeterliliklerini gözlemlemek,
2. Kurum yetkilileriyle birebir iletişim kurarak geri bildirim almak,
3. Üniversite ile yerel/kamu/özel sektör arasındaki köprüleri güçlendirmek,
4. Karşılaşılabilecek olumsuzlukları erkenden tespit edip çözüm üretmek

amacıyla hayata geçirilmiştir. Bu rapor, 10 farklı öğrencinin staj yerinde inceleme formlarındaki verilerin ve görüşmelerin akademik ve analitik bir yaklaşımla raporlaştırılmasını içermektedir.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi staj yönergesine uygun olarak düzenlenen "**Staj Yerinde İnceleme Formları**" kullanılmıştır.

Analiz kapsamına alınan formlar; öğrenci kimlik bilgileri, staj yapılan kurumun adı ve birimi, kurum adresi, staj sorumlusu bilgileri, staj tarihleri ve stajın amaca uygunluğuna dair değerlendirme kriterlerini içermektedir.

3. BULGULAR

Araştırma kapsamında incelenen 10 öğrenciye ait staj verileri aşağıda istatistiksel ve kategorik olarak sınıflandırılmıştır.

3.1. Staj Yapılan Kurumların Dağılımı

Öğrencilerin staj yaptıkları kurumlar üç ana kategoride incelenmiştir:

- **Yerel Yönetimler / Kamu Kurumları:** Niğde Belediyesi (Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü), Niğde Valiliği (Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü), Niğde Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü (İŞKUR).
- **Özel Sektör / Medya Ajansları:** Lin Ajans (Videografiker / Video Prodüksiyon), Esc Medya Reklam ve Haber Ajansı (İletişim ve Medya Birimi), Tuğrul Kuyumculuk (Web İletişim ve Sosyal Medya).

3.2. Öğrenci Bazlı Staj İnceleme Verileri Tablosu

Sıra	Öğrenci Adı Soyadı	Öğrenci No	Staj Yapılan Kurum	Departman / Birim	Staj Sorumlusu
1	Kardelen İlhan	220801033	Lin Ajans	Videografiker	Aybüke Acar
2	Hüseyin Yaşar	230801302	Lin Ajans	Video Prodüksiyon	Aybüke Acar
3	Binnur Ergüden	240801034	Tuğrul Kuyumculuk	Web İletişim - Sosyal Medya	Rifat Tuğrul
4	Emine Yılmaz	230801028	Esc Medya Reklam Ajansı	İletişim ve Medya Birimi	Ahmet Aytaç
5	Bilal Tonaydın	230801030	Niğde Valiliği	Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü	Ebru Kaya
6	Kevser Niğdelioğlu	230801304	Niğde Valiliği	Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü.	Ebru Kaya
7	Ahmet Polat	230821002	Niğde Belediyesi	Basın Yayın ve Halkla İlişkiler	Ender Çolakoğlu
8	Yunus Taylan	230801025	Niğde İŞKUR	Basın ve Halkla İlişkiler	Yusuf Gövdebil
9	Şükran Aydın	230801029	Niğde Belediyesi	Basın Yayın ve Halkla İlişkiler	Ender Çolakoğlu
10	Nazar Aydın	230801008	Niğde Belediyesi	Basın Yayın ve Halkla İlişkiler	Ender Çolakoğlu

3.3. Stajın Amaca Uygunluğu Değerlendirmesi

İnceleme formlarında yer alan "1. Staj Amacına Uygun Yürütülmektedir" kriteri, incelenen tüm formlarda "**Evet**" seçeneği işaretlenerek doğrulanmıştır. Kurum sorumlularının rehberliğinde öğrencilerin;

- Kurum içi ve kurumsal iletişim faaliyetlerinde aktif rol aldıkları,
- Sosyal medya yönetimi, e-portfolyo ve içerik üretimi konularında pratik kazandıkları,
- Basın bülteni yazımı, haber takibi ve medya ilişkileri süreçlerini deneyimledikleri tespit edilmiştir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu raporda verileri analiz edilen staj ziyaretleri, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü'nün sektörle kurduğu bağın niteliğini açıkça ortaya koymaktadır.

1. **Sektörel Çeşitlilik:** Öğrencilerin hem yerel kamu kurumlarında (Valilik, Belediye, İŞKUR) kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler pratiklerini gözlemleme fırsatı bulduğu, hem de özel ajanslar ve yerel işletmelerde (Lin Ajans, Esc Medya, Tuğrul Kuyumculuk) dijital medya, videografi ve sosyal medya yönetimi alanlarında tecrübe kazandığı görülmüştür.
2. **Eğitim-Öğretim Entegrasyonu:** Akademisyenlerin gerçekleştirdiği yerinde ziyaretler sayesinde öğrencilerin motivasyonunun arttığı ve kurumlar ile üniversite arasında güçlü bir geri bildirim mekanizması kurulduğu anlaşılmaktadır.
3. **Genel Başarı:** İncelenen formlar doğrultusunda staj süreçlerinin sorunsuz işlediği, kurum yetkililerinin öğrencilerin performansından memnun olduğu ve stajların temel amaçlarına ulaştığı sonucuna varılmıştır.

5. ÖNERİLER

1. **İş Birliğinin Genişletilmesi:** Yerel yönetimler ve medya kuruluşlarıyla yapılan bu tür ortaklıkların protokoller ile desteklenerek sürdürülebilirliğinin artırılması önerilmektedir.
2. **Dijital Yetkinliklerin Desteklenmesi:** Özellikle özel ajanslarda staj yapan öğrencilerin e-portfolyo ve dijital reklamcılık alanındaki projelerinin fakülte bünyesinde sergilenmesi teşvik edilmelidir.
3. **Ziyaretlerin Periyodikleştirilmesi:** Akademik staj denetimlerinin her yıl düzenli olarak raporlanması, müfredat güncellemeleri açısından stratejik veri sağlayacaktır.