



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

**HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ DIŞ PAYDAŞ
GERİ BİLDİRİM ANKETİ
DEĞERLENDİRME RAPORU**

KASIM-2024

GİRİŞ

Bu raporda, akreditasyon çalışmaları kapsamında Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü'nün mevcut misyon-vizyon, bölüm eğitim amaçları, bölüm öğrenci ve mezunları ile ilgili dış paydaşların görüşleri doğrultusunda ne gibi iyileştirmelerin yapılabileceğine dair paydaşlardan alınan geribildirim sonuçlarına ve önerilere yer verilmektedir.

Rapor toplam 3 bölümdür. İlk bölümde katılımcı paydaşların demografik bilgileri, ikinci bölümde Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü'nün misyon ve vizyonuna dair görüş ve öneriler, ikinci bölümde bölüm eğitim amaçları ile ilgili görüş ve öneriler, üçüncü ve son bölümde ise Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğrencileri/mezunları ile ilgili görüş ve önerilerden oluşmaktadır.

1.BÖLÜM

KATILIMCILAR GENEL BİLGİ

Anket çalışmasına katılan ve görüş bildiren katılımcıların demografik durumlarına bakıldığında anketi yanıtlayan altı katılımcının tamamı erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaş dağılımı ise 24-40 yaş aralığındadır. Katılımcıların üçü kamu kurumlarında görev yapmaktayken diğer üçü ise özel sektörde çalışmalarını sürdürmektedir. Kamu kurumunda görev yapan katılımcıların tamamı halkla ilişkiler ve medya birimlerinde görev yapmaktadır. Özel sektörde görev yapan diğer üç katılımcının ikisi medya dışı sektörlerde yönetici olarak görev yapmaktayken diğer katılımcı ise medya sektöründe çalışmaktadır.

2.BÖLÜM

NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ

HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ İLE İLGİLİ GÖRÜŞLER

2.A) Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Misyon ve Vizyonla ilgili görüşler

Aşağıda İletişim Fakültesi-Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü mevcut misyon ve vizyonu yer almaktadır. Misyon ve vizyona ilişkin görüşleri çok uygun, uygun, biraz uygun, uygun değil, hiç uygun değil olarak 5 madde eşliğinde değerlendirilmiştir. Değerlendirmede katılımcılardan hiç uygun değil, uygun değil veya biraz uygun dedikleri bölümler için öneriler yazmaları istenmiştir.

Misyonumuz:

“Bilgi birikimini evrensel değerler doğrultusunda kullanan, iletişim süreçlerini tüm boyutlarıyla bilen, bu süreçleri planlama ve uygulama esnasında etik duruştan ödün vermeyen,

çalıştığı kuruma verimli hizmetler sunarken, kamusal çıkarları da gözeten, yaratıcı ve eleştirel düşünceye sahip, topluma ve çevreye karşı duyarlı, yaşadığı kentin, bölgenin ve ülkenin sorunlarına etkin çözümler üreten çağdaş, demokratik bireyler yetiştirmek”tir.

a)Hiç uygun değil b)Uygun değil c)Biraz uygun d)Uygun e)Çok uygun

Sorusuna katılımcılardan üçü **çok uygun** yanıtını vermiştir. İki katılımcı *biraz uygun* şikkını işaretlerken bir katılımcı ise **uygun** yanıtı vermiştir.

Katılımcıların misyon için sorulan önerileriniz nedir sorusuna iki katılımcı görüş bildirmiştir. Yanıtları ise şu şekildedir;

K1: *Geleneksel medyanın yerini alan yeni medyaya uygulama anlamında daha çok vurgu yapılmalı.*

K2: *Toplumsal sorumluluk bilinciyle, evrensel değerler doğrultusunda bilgi birikimini en etkin şekilde kullanan; iletişim süreçlerini derinlemesine anlayan ve bu süreçleri etik ilkeler çerçevesinde planlayıp uygulayan; kurumuna verimli hizmetler sunarken kamu çıkarlarını da göz önünde bulunduran, yaratıcı ve eleştirel düşünme yeteneğine sahip, çevre ve toplum duyarlılığı yüksek bireyler yetiştirmeyi amaçlıyoruz. Ayrıca, yaşadığı çevreye ve ülkesine katkı sağlayacak, günümüzün küresel sorunlarına etkin çözümler üreten bireyler yetiştirmeyi hedefliyoruz.*

Vizyonumuz:

“Sürekli değişen dünyanın ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte mesleki bilgilerle donatılmış, disiplinlerarası eğitim ve araştırma yapabilen, farklılıkların zenginlik olduğu bilinci ile toplumsal sorunlara çözüm üretebilen, iletişim sektörünün geleceğine yön verebilecek iletişim uzmanları yetiştirerek yerelden evrensele açılan bir iletişim fakültesi olmak”tır.

a)Hiç uygun değil b)Uygun değil c)Biraz uygun d)Uygun e)Çok uygun

Sorusuna katılımcılardan üçü **çok uygun** yanıtını vermiştir. İki katılımcı **uygun** şikkını işaretlerken iki katılımcı ise **biraz uygun** yanıtı vermiştir.

Katılımcıların vizyon için sorulan önerileriniz nedir sorusuna sadece bir katılımcı görüş bildirmiştir.

K1: *Sürekli değişen ve dönüşen küresel dünyada, mesleki bilgi ve becerileriyle yüksek düzeyde donatılmış, disiplinlerarası eğitim ve araştırma anlayışını benimseyen, farklı kültürel ve toplumsal yapıları zenginlik olarak kabul eden, toplumsal sorunlara yenilikçi çözümler üretebilen iletişim uzmanları yetiştirmeyi amaçlıyoruz. İletişim sektöründeki hızlı gelişmeleri takip edebilen, bu alanda stratejik vizyon geliştirebilen ve sektörün geleceğine yön verebilecek liderler yetiştirerek, yerelden evrensele açılan, küresel etki alanına sahip bir iletişim fakültesi olmayı hedefliyoruz.*

2. B) HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ EĞİTİM AMAÇLARI (BEA) İLE İLGİLİ GÖRÜŞLER

BEA1. İletişim alanının çok disiplinli ve disiplinlerarası yönünü ele alan bir eğitim vermek

a)Hiç uygun değil b)Uygun değil c)Biraz uygun d)Uygun e)Çok uygun

Sorusuna katılımcıların üçü **uygun** diğeri üçü ise **çok uygun** cevabını vermişlerdir.

BEA2. Ulusal ve uluslar arası alanda iletişim alanında içerik üretebilen, tasarlayabilen, yönetebilen iletişim profesyonelleri yetiştirmek

a)Hiç uygun değil b)Uygun değil c)Biraz uygun d)Uygun e)Çok uygun

Sorusuna katılımcıların beşi **çok uygun** cevabı verirken biri **uygun** yanıtı vermiştir.

BEA3. Bilgi teknolojilerindeki son gelişmelerin gerektirdiği kuramsal birikim ve uygulama pratiğini kazandırmak

a)Hiç uygun değil b)Uygun değil c)Biraz uygun d)Uygun e)Çok uygun

Sorusuna katılımcıların tamamı **çok uygun** yanıtını vermişlerdir.

BEA4. Hızlı ilerleyen iletişim sektöründe yeni açılacak istihdam olanaklarına uyum ve katkı sağlayacak bilgi ve beceriler kazandırmak

a)Hiç uygun değil b)Uygun değil c)Biraz uygun d)Uygun e)Çok uygun

Sorusuna katılımcıların tamamı **çok uygun** cevabını vermişlerdir.

BEA5. İlgili sektörlerle yapılacak işbirlikleriyle üretkenliği ve yaratıcılığı özendirmek

a)Hiç uygun değil b)Uygun değil c)Biraz uygun d)Uygun e)Çok uygun

Sorusuna katılımcıların üçü **uygun** diğeri üçü ise **çok uygun** cevabını vermişlerdir.
BEA6. İletişimle ilgili alanlarda sorgulama, araştırma yapma, gerekli verileri derleme, değerlendirme ve yeni bilgiler üretmeye ilişkin bilgi ve beceri kazandırmak

a)Hiç uygun değil b)Uygun değil c)Biraz uygun d)Uygun e)Çok uygun

Sorusuna katılımcıların beşi **çok uygun** cevabı verirken biri **uygun** yanıtı vermiştir.

BEA7. Sürdürülebilir yaşam için toplumsal bilince sahip, çevreye duyarlı, kamu yararını gözeten, çoğulcu, katılımcı, özgürlükçü iletişim modellerini benimseyen ve destekleyen düşünce yapısı geliştirmek.

a)Hiç uygun değil b)Uygun değil c)Biraz uygun d)Uygun e)Çok uygun

Sorusuna katılımcıların beşi **çok uygun** cevabı verirken biri **uygun** yanıtı vermiştir.

“Bölüm Eğitim Amaçları ile ilgili öneriniz varsa yazınız” sorusuna katılımcılardan herhangi biri görüş yazmamıştır.

3.BÖLÜM

NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİ/MEZUNLARI İLE İLGİLİ GÖRÜŞLER

3.1.Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğrencileri/Mezunları ile çalıştınız mı?

a)Evet şu an çalışıyorum b)Evet daha önce çalıştım c)Hayır hiç çalışmadım

Sorusuna katılımcıların üçü **hayır hiç çalışmadım**, ikisi **evet daha önce çalıştım** ve biri **evet şu an çalışıyorum** yanıtını vermiştir.

3.2.Öğrencilerimiz/Mezunlarımız ile çalıştıysanız memnuniyet dereceniz?

a)Çok memnunum b) Memnunum c)Kararsızım d) Memnun değilim e)Hiç memnun değilim

Sorusuna önceki soruya evet yanıtını veren üç katılımcıdan biri çok memnunum diğer ikisi ise memnunum yanıtı vermiştir.

Yanıtınız memnuniyet veya memnuniyetsizlik ise nedenini yazınız:

Sorusunu ise katılımcıları şu şekilde yanıtlamıştır:

K1: *Personel disiplinli, gelişime açık, teknolojik imkanları kullanabilmekte*

K2: Etik, öğrenmeye açık, sektörde ilerleme gayretleri mevcut.

K3: Memnun oldum teorik bilgi açısından başarılı ancak pandemi nedeniyle pratik konusunda çok etkin değil.

3.3.Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğrencileri/Mezunları ile çalışmak ister misiniz?

a)Evet b)Hayır c)Kararsızım

Sorusuna yanıt veren katılımcıların tamamı **evet** şikkını işaretlemişlerdir.

Yanıtınız hayır ve kararsızım ise nedenini belirtiniz?

3.4.Yönetici olarak çalışıyor ya da çalışıyor olsanız Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğrencilerini/Mezunlarını öncelikle işe alır mısınız?

a)Evet b)Hayır c)Kararsızım

Sorusuna katılımcıların beşi **evet** biri ise **kararsızım** şikkını işaretlemiştir.

Yanıtınız hayır ve kararsızım ise nedenini belirtiniz? Sorusuna kararsızım şikkını işaretleyen katılımcı şu şekilde yanıt vermiştir:

K1: Bu soruya vereceğim cevap, hem kişisel hem de profesyonel birkaç faktöre bağlıdır.

• *Eğitim Kalitesi ve Programın İçeriği:*

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü'nün sağladığı eğitim ve öğretim kalitesinin ve güçlü bir akademik kadro, güncel ve uygulamaya yönelik eğitim programları sunduğunu düşünüyorum. Ancak bu yeterli değildir.

• *Mezunların Yetenek ve Donanımı:*

Mezunların sahip olduğu beceriler benim için önemlidir. Eğer öğrenciler, iletişim, reklamcılık ve halkla ilişkiler alanlarında pratik deneyim kazandıran projeler, stajlar veya çalıştaylarla donatılıyorsa, bu mezunlar iş dünyasında etkili olabilirler. Ayrıca, mezunların eleştirel düşünme, problem çözme, takım çalışması ve iletişim becerileri gibi yumuşak becerilerinin de güçlü olması, onları iş gücüne katkı sağlayacak bireyler haline getirebileceği yönünde düşünüyorum.

- *Mezunların İşe Uyum Sağlama Yeteneği:*

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi'nin öğrencileri/mezunları, iş hayatına ne kadar hızlı adapte olabiliyor? Bu soruya cevap, bölüme sağlanan kariyer desteği, iş dünyasıyla olan ilişkiler ve mezunların önceki başarılarıyla şekillenir. Eğer okulun kariyer desteği ve mezunlarıyla işbirlikleri güçlü ise, işe alım sürecinde bu öğrencilerin hızla adapte olabileceklerini öngörebilirim.

3.5.Çalıştığımız Kurumda Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğrencileri/Mezunları çalışma oranı nedir? Sayı ve yüzde olarak belirtiniz:

Sorusuna üç katılımcı yanıt vermiştir. Katılımcıların tamamı 1 adet çalışan olduğunu belirtmiş içlerinden birisi yüzde 14,28 yanıtını vermiştir.

3.6. Öğrencilerimizin/Mezunlarımızın hangi alanda başarılı olduğunu düşünüyorsunuz? En başarılı gördüğünüz alandan başlayarak sırasıyla numaralandırınız:

Alanlar	Sıralama
İşe ilgi	
İşin tanımlanması	
Bilgi düzeyi	
Teknolojik ekipman kullanma yeteneği	
İletişim becerisi	
Yaratıcılık	
Analitik düşünme	
Ekip çalışmasına yatkınlık	
Algılama gücü	
Sorumluluk duygusu	
Çalışma hızı	
Uygun ve yeterli malzeme kullanma becerisi	
Zaman yönetimi	
Problem çözme yeteneği	
İnisiyatif kullanma	
Kurallara uyma	

Sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde katılımcılardan birisi soruyu yanıtlamazken geriye kalan beş katılımcı soruya yanıt vermiştir. Yanıt veren katılımcıların çoğu en başarılı gördükleri alanlarda, **işe ilgi, iletişim becerisi, teknolojik ekipman kullanma yeteneği, bilgi düzeyi** şıklarını işaretlemiştir. Başarısız bulunan yönlerde ise **çalışma hızı** şikkı öne çıkmaktadır.

3.7.Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğrencilerinin/Mezunlarının başka hangi konularda yetkinlik kazanmasını istersiniz? Sorusuna altı katılımcıdan **beşi** yanıt vermiştir. Katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K1:

1. Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Yönetimi:

Günümüz iletişim dünyası büyük ölçüde dijital platformlar üzerinden şekilleniyor. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık öğrencilerinin, dijital pazarlama, SEO (arama motoru optimizasyonu), sosyal medya reklamcılığı, içerik üretimi ve dijital strateji oluşturma gibi alanlarda da yetkinlik kazanmaları önemli. Bu beceriler, iş dünyasında büyük bir avantaj sağlar.

2. Veri Analizi ve Raporlama:

Halkla ilişkiler ve reklamcılık stratejilerinin etkinliğini ölçmek için veri analizi becerileri büyük önem taşıyor. Öğrencilerin, dijital kampanyaların, medya etkileşimlerinin ve tüketici davranışlarının analizini yapabilmeleri, başarıyı değerlendirebilmeleri ve kararlar alabilmeleri için gerekli becerilere sahip olmaları faydalı olacaktır.

3. Kriz Yönetimi, Stres ve İletişim:

Halkla ilişkiler profesyonellerinin en önemli yetkinliklerinden biri kriz anlarında doğru iletişim stratejilerini geliştirmektir. Öğrencilerin kriz yönetimi, olumsuz durumlarla başa çıkabilme ve hızlı çözüm üretme becerilerine sahip olmaları gerekir. Bu alanda beceri kazanmak, kariyerlerinde önemli bir avantaj sağlayacaktır.

4. Yaratıcı Tasarım ve İçerik Üretimi:

Görsel tasarım, video prodüksiyon, grafik tasarım ve diğer yaratıcı içerik üretim araçlarını öğrenmek, öğrencilerin daha etkili kampanyalar geliştirmelerini sağlar. Bu yetkinlikler, görsel medyanın gücünü kullanarak, reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarını daha etkili hale getirebilir.

5. Halkla İlişkilerde Etik ve Hukuki Bilinç:

Halkla ilişkiler ve reklamcılık, güçlü etik ve hukuki bir temel üzerine inşa edilmelidir. Bu alandaki profesyonellerin, iletişimde etik sorumlulukları ve yasal düzenlemeleri anlaması çok önemlidir. Bu bilinç, öğrencilerin, markalar ve hedef kitlelerle güvenilir ve saygılı ilişkiler kurmalarını sağlar.

6. İleri Düzey İletişim Becerileri:

İletişim, sadece doğru mesajı iletmekle ilgili değildir. Etkili bir iletişimci olmak, doğru zamanda doğru tonu kullanmak, aktif dinleme, empati kurma ve çatışma çözme gibi becerileri de içerir. Bu beceriler, öğrencilerin profesyonel iş hayatında etkin bir şekilde yer almalarını sağlar.

7. Global İletişim / Yabancı Dil (En az 2 Dil) ve Kültürel Farkındalık:

Günümüzde küreselleşen dünyada, kültürel farklılıkları anlamak ve çeşitliliğe saygı göstermek çok önemlidir. Bu bağlamda, halkla ilişkiler ve reklamcılık öğrencilerinin, küresel pazarlara yönelik stratejiler geliştirebilecek bir kültürel farkındalık ve anlayış kazanmaları faydalı olacaktır.

8. İnovasyon ve Yaratıcı (Sıradışı kişilik örneklerini lütfen inceleyin demek istediğimi anlayacaksınız) Problem Çözme:

Rekabetin arttığı bir dünyada, yaratıcı çözümler üretmek ve yenilikçi düşünme yeteneği kritik hale gelir. Öğrencilerin, geleneksel çözümlerin dışına çıkarak inovatif düşünme ve problem çözme becerilerini geliştirmeleri, onları sektördeki liderlerden biri yapabilir.

9. İletişim Teknolojileri ve Araçları Kullanımı:

Halkla ilişkiler ve reklamcılık dünyasında, iletişim teknolojilerinin hızla değişen yapısını takip edebilmek önemlidir. Öğrencilerin, PR ve reklamcılık yazılımları, medya izleme araçları ve proje yönetim sistemleri gibi teknolojik araçları etkin bir şekilde kullanabilmeleri gereklidir.

10. Etkin Sunum (Fikrinin yanlış olduğunu düşünsen bile paylaş/ Senin yanlışın belki onların doğrusu olabilir.) ve Konuşma Becerileri:

Halkla ilişkiler uzmanları, çeşitli kitlelere hitap edebilme yeteneğine sahip olmalıdır. Bu yüzden, etkili bir şekilde sunum yapma, konuşma teknikleri ve topluluk önünde konuşma becerilerinin geliştirilmesi önemlidir.

Bu yetkinliklerin öğrenciler ve mezunlar tarafından edinilmesi, onları iş gücü piyasasında daha aranan profesyoneller haline getirebilir ve kariyerlerinde daha hızlı ilerlemelerini sağlayabilir.

K2: Yabancı dil. Türkiye ve Dünya siyaseti, edebiyat.

K3: Güncel dijital değişimleri takip etmeleri ve akademik eğitimden bağımsız olarak kendilerini sektöre hazırlamaları.

K4: Teorik kısımdan ziyade daha çok uygulamalı alanlara ağırlık verilmesi

K5: Kurumda eğitim sırasında teknolojik ekipman yeterliliği sağlanarak, güncel eğitimlerin hem teorik hem de pratik ve uygulamalı olarak verilmesi gerektiğini düşünüyorum. Son yıllarda

şehirde başarılı alanında yetkin kişilerin tanıştırılması ve iş alanına yönlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Mezuniyet sonrası ekip çalışması, program ve ekipman kullanımında öğrencilerin eksikleri bulunmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ankete katılarak görüş bildiren katılımcıların çoğu genel anlamda sorulara olumlu yanıtlar vermişlerdir. Görüş kısmında genellikle teorik eğitime ek olarak pratik eğitime ağırlık verilmesinin, derslerde ve müfredatta dijitalleşme ve yeni medya uygulamalarına daha çok yer verilmesinin yararlı olacağı kanısı ağırlık kazanmıştır. Bölüm mezunlarıyla birlikte çalışma fırsatı bulan katılımcıların, mezun çalışanlar hakkında görüşleri olumludur. Bilgi sahibi olma konusunda mezun çalışanlarda bir problem olmadığını belirten katılımcılar özellikle pandemi süreciyle birlikte öğrencilerin pratik konusunda sıkıntılar yaşadıklarını vurgulamışlardır.

Bu görüşlerden hareketle müfredatta ve eğitimin içeriğinde dijitalleşmeye ve teorinin yanında pratik eğitime de gösterilen önemin artırılması ileride sektörde görev yapacak öğrenciler açısından daha yararlı olacaktır.