metin, daire, grafik, logo içeren bir resim

Açıklama otomatik olarak oluşturuldumetin, daire, amblem, logo içeren bir resim

Açıklama otomatik olarak oluşturuldu

**T.C.**

**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ**

**DANIŞMA KURULU TOPLANTISI**

**RAPORU**

**2024**

İletişim Fakültesi Kalite Komisyonu’nun 26/11/2024 tarihli ve 2024/20 sayılı kararı ile fakültenin web sayfasında yayınlanmak üzere kabul edilmiştir.

**İLETİŞİM FAKÜLTESİ DANIŞMA KURULU TOPLANTISI RAPORU**

Tarih: 26.11.2024 / 11.00

Yer: İletişim Fakültesi Toplantı Salonu

**GÜNDEM**

1. Fakültemiz bölümlerinin eğitim amaçlarının görüşülmesi ve gereken güncellemelerin yapılması
2. Fakültemiz bölümlerinin ders planları ve planlarda yapılması önerilen değişiklikler
3. Fakültemizde açılması planlanan İletişim Bilimleri Doktora Programına özgü kazanım ve yeterliliklerin değerlendirilmesi
4. Fakültemizde açılması planlanan İletişim Bilimleri Doktora Programı ders planına ilişkin ders önerileri
5. Deneyim paylaşımı amaçlı Sektör-Öğrenci Buluşmaları
6. Staj uygulamaları, uygulamalı teknik geziler ve diğer iş birliği imkânları

Fakültemiz Dekanı Prof. Dr. Ziya Avşar'ın açılış konuşmasıyla başlayan toplantıda, Dekan Yardımcısı Doç. Dr. Banu Külter Demirgüneş, fakültemizdeki mevcut bölümler hakkında genel bir bilgilendirme sunmuş ve ayrıca açılması planlanan Doktora Programı hakkında katılımcılara detaylı bilgiler vermiştir. Önceki yıllarda staj yapan öğrencilerimizin karşılaştığı eksiklikler ele alınarak, bu eksikliklerin giderilmesi amacıyla atılacak adımlar tartışılmıştır. Öğrencilerin derslerde kazandıkları teorik bilgilerin, uygulamaya dönüştürülmesinin hızlandırılması için olası iş birlikleri üzerinde durulmuş, paydaşlarla yapılabilecek ortak projelerin önemi vurgulanmıştır. Bu doğrultuda, sektör ile öğrenciler arasında deneyim paylaşımını teşvik etmek amacıyla Sektör-Öğrenci Buluşmaları ve teknik geziler düzenlenmesi önerileri değerlendirilmiştir.

Toplantıya katılan danışma kurulu üyelerinden, yeni açılan Yeni Medya ve İletişim bölümünün ders planının yeterliliği ve ders önerileri konusunda geri bildirimler alınmıştır. Ayrıca, açılması planlanan Doktora Programı için program çıktıları ve ders içeriklerine ilişkin paydaşlardan anket doldurmaları istenmiştir. Bunun yanı sıra, akreditasyon süreci başlatılan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünün vizyon ve misyonu, program çıktıları ve diğer ilgili hususlar görüşülmüş, bu konulara dair paydaşlardan anket yoluyla geri bildirim sağlanması talep edilmiştir.

Söz konusu anketlerden elde edilen verilerin değerlendirme raporları aşağıda sunulmaktadır.

**1.İLETİŞİM BİLİMLERİ DOKTORA PROGRAMI AÇILMASINA YÖNELİK DANIŞMA KURULU ANKETİ DEĞERLENDİRME RAPORU**

Fakültemizde açılması planlanan İletişim Bilimleri Doktora Programına özgü fikir edinmek ve ders tekliflerini değerlendirmek amacıyla danışma kurulu üyelerinden anket uygulamasına katılmaları istenmiştir. Danışma kurulu üyelerinin katılım sağladığı anket, aynı zamanda programın açılması yönünde dış paydaş görüşlerini de sunmaktadır. (Hazırlanan anket formu Ek 1’de sunulmaktadır).

Doktora programın açılmasına ilişkin anket formu üç bölümde değerlendirilebilir. İlk bölümde, katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde katılımcılardan İletişim Bilimleri doktora programının gerekli olup olmadığı yönünde düşüncelerini paylaşmaları istenmiştir. Bu bölümde programın belirli alanlarda sağlayabileceği faydalara katılma durumlarını gösteren ifadelere de yer verilmiştir. Son olarak ders önerileri talep edilmiş ve varsa diğer görüş ve önerilerin paylaşılması istenmiştir.

**Bulgular**

Ankete katılanların tamamı erkektir. Katılımcıların 3’ü kamuda, 3’ü ise özel sektörde çalışmaktadır.

*İletişim Bilimleri doktora programının gerekliliği*

Ankete katılanların tamamı, açılması planlanan programın gerekli olup olmadığı sorusuna “gereklidir” yönünde cevap vermiştir. Fakültenin eğitimsel gelişiminin son durağı olarak doktora programının gerekliliğini belirten bir katılımcı görüşü bulunmaktadır. Bunun yanında yüksek lisans öğrenimini tamamlayan öğrencilerin, aynı fakültede doktora programına devam etmelerinin faydalı olacağı şeklinde görüş belirten katılımcı görüşü de yer almaktadır. Bir katılımcı uzmanlık eğitimi almış kişilere ihtiyaç duyulmasını programın gerekliliği olarak belirtmiş; bir kısım katılımcı ise akademik açıdan niteliğin artırılması gerekliliğini ifade etmiştir.

*İletişim Bilimleri doktora programının yüksek lisans programına katkısı*

Anket sonuçlarına göre katılımcıların tamamı, açılması planlanan programın mevcut yüksek lisans programını güçlendireceğini düşünmektedir.

*İletişim Bilimleri doktora programı ile ilgili temel hususlara katılma durumu*

Anketin bu kısmında programın katkı sağlayacağı düşünülen 9 temel husus belirlenmiş ve katılımcıların bu konular ile ilgili ifadelere katılma düzeyleri saptanmıştır. Buna göre katılımcıların tamamı, tüm ifadelere en yüksek düzeyde katıldıkları yönünde cevap vermişlerdir. Ankette yer verilen 9 ifade ve örnek olarak katılım durumları Tablo 1’de sunulmaktadır.

**Tablo 1.** İletişim Bilimleri Doktora Programı ile ilgili İfadelere Katılma Düzeyi

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **İletişim Bilimleri doktora programından mezun olacak öğrencinin;** | **Katılım Düzeyi** | | |
| Düşük | Orta | En yüksek |
| 1. Bölge ve ülke ekonomisine katkı sağlayacağını düşünüyorum. |  |  | x |
| 2. Alana özgü problemleri çözebilecek bilgi ve beceriye sahip olacağını düşünüyorum. |  |  | x |
| 3. İstihdam kalitesini artıracağını düşünüyorum. |  |  | x |
| 4. Alanında nitelikli eğitim alacağını düşünüyorum. |  |  | x |
| 5. Doktora programının gerektirdiği üzere bilimsel araştırma odaklı bir düşünce yapısına sahip olacağını düşünüyorum. |  |  | x |
| 6. Yönetim bilgi ve becerisi kazanacağını düşünüyorum. |  |  | x |
| 7. Disiplinler arası çalışma alanlarına katkı sağlayacağını düşünüyorum. |  |  | x |
| 8. Etik iletişim ilkeleri konusunda bilinçli olacağını düşünüyorum. |  |  | x |
| 9. Güncel iletişim araçlarını (dijital medya, internet yayıncılığı vb.) etkin bir şekilde kullanacağını düşünüyorum. |  |  | x |

Son olarak katılımcılara, planlanan programın açılması durumunda verilmesi gerektiğini düşündükleri ders önerileri sorulmuştur. “Yapay Zekâ”, Sosyal Medya”, “Teknik Program”, “İmaj Yönetimi”, “Medya Okuryazarlığı”, “İletişim Kuramları” “Yeni Medya” ve “Söylem Analizi” önerilen dersler olarak belirlenmiştir.

**Ek 1:** İletişim Bilimleri Doktora Programı Dış Paydaş Görüşü Anket Formu

**T.C.**

**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ**

**İLETİŞİM BİLİMLERİ DOKTORA PROGRAMI**

**DIŞ PAYDAŞ GÖRÜŞÜ ANKET FORMU**

Sayın Paydaşımız;

Bu anket uygulaması, NÖHÜ İletişim Fakültesinde açılması planlanan İletişim Bilimleri Doktora Programı ile ilgili sizlerin görüşünü almak üzere hazırlanmıştır. Ankette yer alan soruları içtenlikle cevaplandırmanız öğrencilerimize daha nitelikli eğitim-öğretim hizmeti sunmamıza yardımcı olacaktır.

**İletişim Fakültesi**

**Anketi Yanıtlayanın:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kurumunun/Kuruluşunun Adı** |  |
| **Birimi ve Unvanı** |  |
| **Adı-Soyadı (isteğe bağlı)** |  |
| **Telefon No** |  |
| **Faks No** |  |
| **E-posta (isteğe bağlı)** |  |

**1.** Cinsiyet ( ) Kadın ( ) Erkek

**2.** Mesleki durum ( ) Öğrenci ( ) Mezun ( ) Çalışıyor

**3**. Açılması planlanan programın gerekli olduğunu düşünüyor musunuz? ( )Evet ( )Hayır

(**Cevabınız** **evet ise** Lütfen 4. soruyu; **hayır ise** 5. soruyu cevaplandırınız).

**4**. Neden gerekli olduğunu düşünüyorsunuz?......................................................................

**5**. Neden gerekli olmadığını düşünüyorsunuz?.....................................................................

**6**. Açılması planlanan programın, mevcut yüksek lisans programını güçlendireceğini düşünüyorum. ( )Evet ( )Hayır

**7.** Aşağıda belirtilen ifadeleri en uygun şekilde puanlayınız

**(1-Katılmıyorum; 2-Kararsızım; 3-Katılıyorum)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Açılması Planlanan Bölümden mezun olacak öğrencinin;** | **Katılım Düzeyi** | | |
| Bölge ve ülke ekonomisine katkı sağlayacağını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 |
| Alana özgü problemleri çözebilecek bilgi ve beceriye sahip olacağını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 |
| İstihdam kalitesini artıracağını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 |
| Alanında nitelikli eğitim alacağını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 |
| Doktora programının gerektirdiği üzere bilimsel araştırma odaklı bir düşünce yapısına sahip olacağını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 |
| Yönetim bilgi ve becerisi kazanacağını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 |
| Disiplinler arası çalışma alanlarına katkı sağlayacağını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 |
| Etik iletişim ilkeleri konusunda bilinçli olacağını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 |
| Güncel iletişim araçlarını (dijital medya, internet yayıncılığı vb.) etkin bir şekilde kullanacağını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 |

**8.** Planlanan programın açılması durumunda verilmesi gerektiğini düşündüğünüz ders önerileri nelerdir?

1…………………………

2………………………....

3…………………………

**9**. Belirtmek istediğiniz diğer görüş ve önerileriniz………………………………………..

**Katkılarınız için Teşekkür Ederiz.**

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

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

*Katılımcılar Genel Bilgi*

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.

*Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü ile İlgili Görüşler*

İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü’nün mevcut misyon ve vizyonu, katılımcılar tarafından beşli bir değerlendirme ölçeği kullanılarak analiz edilmiştir. Katılımcılar, değerlendirmelerinde “çok uygun”, “uygun”, “biraz uygun”, “uygun değil” ve “hiç uygun değil” seçeneklerinden birini seçmiş; ayrıca “biraz uygun”, “uygun değil” veya “hiç uygun değil” yanıtlarını işaretleyenlerden öneriler sunmaları istenmiştir. Katılımcılar, hem misyon hem de vizyon metinlerinin genel anlamda uygun olduğunu ifade etmiş ancak yeni medya, küresel değişimler ve stratejik liderlik konularında daha fazla vurgu yapılması gerektiğini önermiştir.

Anketin bu aşamasında, katılımcılara Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Eğitim Amaçları (BEA) ile İlgili Görüşleri sorulmuştur.Bölüm Eğitim Amaçları (BEA) kapsamında belirlenen hedefler, katılımcılar tarafından beşli bir ölçek ile değerlendirilmiştir. Ölçek, “hiç uygun değil”den “çok uygun”a kadar sıralanmış ve her bir maddeye ilişkin görüşler derlenmiştir. Ayrıca, katılımcılardan öneri alınmasına yönelik bir soru sorulmuş ancak bu konuda herhangi bir yanıt alınamamıştır.

Bölüm Eğitim Amaçları katılımcılar tarafından büyük ölçüde *çok uygun* bulunmuş ve özellikle BEA3 “Bilgi teknolojilerindeki son gelişmelerin gerektirdiği kuramsal birikim ve uygulama pratiğini kazandırmak” ile BEA4 “Hızlı ilerleyen iletişim sektöründe yeni açılacak istihdam olanaklarına uyum ve katkı sağlayacak bilgi ve beceriler kazandırmak” maddeleri tam bir fikir birliği ile desteklenmiştir. Bununla birlikte, BEA1 “İletişim alanının çok disiplinli ve disiplinler arası yönünü ele alan bir eğitim vermek” ve BEA5 “İlgili sektörlerle yapılacak iş birlikleriyle üretkenliği ve yaratıcılığı özendirmek” maddelerinde katılımcıların değerlendirmeleri *uygun* ve *çok uygun* arasında çeşitlilik göstermiştir.

*Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğrencileri/Mezunları ile İlgili Görüşler*

Bu bölümde dış paydaşların Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğrencileri ve mezunları ile ilgili görüş ve önerilerini öğrenmek için sorular sorulmuştur. Katılımcılar genel olarak mezunların teorik bilgi birikimini takdir etmekte, ancak pratik deneyim eksikliğini dile getirmektedir. Mezunlarla çalışmayı olumlu bulan katılımcılar, öğrencilerin disiplin, etik değerlere bağlılık ve öğrenmeye açıklık gibi özelliklerini öne çıkarmaktadır. Eğitim ve uygulama kalitesinin artırılması durumunda mezunların iş dünyasında daha etkili olabileceği belirtilmiştir.

“Öğrencilerimizin/Mezunlarımızın hangi alanda başarılı olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde katılımcılardan birisi soruyu yanıtlamazken geriye kalan beş katılımcı soruya yanıt vermiştir. Yanıt veren katılımcıların çoğu en başarılı gördükleri alanlarda, i**şe ilgi, iletişim becerisi, teknolojik ekipman kullanma yeteneği, bilgi düzeyi** şıklarını işaretlemişlerdir. Başarısız bulunan yönlerde ise **çalışma hızı** şıkkı öne çıkmaktadır.

“Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğrencilerinin/Mezunlarının başka hangi konularda yetkinlik kazanmasını istersiniz?” sorusuna verilen cevaplar ise 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 Değerlendirme*

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.

**Ek 2:** Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Program Amaçlarına Yönelik Dış Paydaş Geri Bildirim Anket Formu

**HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ**

**PROGRAM AMAÇLARINA YÖNELİK DIŞ PAYDAŞ GERİ BİLDİRİM ANKET FORMU**

Sayın Paydaşımız

Akreditasyon çalışmaları kapsamında Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü mevcut misyon-vizyon, bölüm eğitim amaçları, bölüm program çıktıları, bölüm öğrenci ve mezunları ile ilgili dış paydaşların görüşleri doğrultusunda gerekli iyileştirmelerin yapılması planlanmaktadır. Bu kapsamda sizlerin görüşlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Formu doldurarak vermiş olduğunuz katkılardan dolayı teşekkür ederiz.

**1.BÖLÜM**

**PAYDAŞ BİLGİLERİ**

Yaş: Cinsiyet:

Medeni durum: Kurumunuzun adı:

Göreviniz: Mesleki çalışma süreniz (yıl olarak belirtiniz):

Kurumda çalışma süreniz (yıl olarak belirtiniz):

**2.BÖLÜM**

**NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ**

**HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ İLE İLGİLİ GÖRÜŞLER**

2.1. 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 görüşlerinizi çok uygun, uygun, biraz uygun, uygun değil, hiç uygun değil olarak 5 madde eşliğinde değerlendirmeniz beklenmektedir. Değerlendirmede hiç uygun değil, uygun değil veya biraz uygun dediğiniz bölümler için lütfen önerilerinizi yazınız.

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

Misyon için öneriniz varsa yazınız:

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

Vizyon için öneriniz varsa yazınız:

2.2. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Eğitim Amaçları (BEA) ile İlgili 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

BEA2. Ulusal ve uluslararası 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

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

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

BEA5. İlgili sektörlerle yapılacak iş birlikleriyle üretkenliği ve yaratıcılığı özendirmek

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

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

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

Bölüm Eğitim Amaçları ile ilgili öneriniz varsa yazınız:

**3.BÖLÜM**

**NİĞDE 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

3.2.Öğrencilerimiz/Mezunlarımız ile çalıştıysanız memnuniyet dereceniz?

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

Yanıtınız memnuniyet veya memnuniyetsizlik ise nedenini yazınız:

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

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

Yanıtınız hayır ve kararsızım ise nedenini belirtiniz?

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

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 |  |

3.7.Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğrencilerinin/Mezunlarının başka hangi konularda yetkinlik kazanmasını istersiniz?

KARAR NO : Fakültemizde akademik ve idari personelin memnuniyet düzeylerini belirlemek, istek ve önerilerini değerlendirmek amacıyla anket uygulaması yapılmasına ve anket sonuçlarının raporlanmasına karar verilmiştir.