

**ÇOMÜ Biga MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü (2024-2028 Yılları Arasını Kapsayan) Stratejik Plan Hedefleri ve Performans Göstergeleri****STRATEJİK AMAÇ 1:** Bilimsel, girişimci ve yenilikçi bir üniversite olmak**Stratejik Hedef 1:** Bilimsel, girişimci ve aynı zamanda yenilikçi çalışmaların geliştirilmesi**Strateji 1.1.** Bilimsel çalışmalara ev sahipliği yapmak**Strateji 1.2.** Girişimcilik ve yenilikçilik üzerine eğitim faaliyetleri yapmak

| Performans Göstergeleri:                                  | 2024<br>H | 2024<br>B | 2025<br>H | 2025<br>B | 2026<br>H | 2026<br>B | 2027<br>H | 2027<br>B | 2028<br>H | 2028<br>B |
|-----------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ulusal ve uluslararası kongre, sempozyum, çalıştay sayısı | 0         | 0         | 1         |           | 2         |           | 2         |           | 2         |           |
| Yurtiçi destekli proje sayısı                             | 0         | 7         | 1         |           | 1         |           | 1         |           | 1         |           |
| Yurtdışı destekli proje sayısı                            | 0         | 0         | 0         |           | 0         |           | 0         |           | 1         |           |
| SCI, SSCI, AHCI makale sayısı                             | 0         | 0         | 0         |           | 0         |           | 0         |           | 1         |           |
| Ulusal ve uluslararası hakemli dergilerde makale sayısı   | 0         | 1         | 1         |           | 2         |           | 2         |           | 2         |           |
| Girişimcilik ve inovasyon üzerine verilen eğitim sayısı   | 1         | 1         | 1         |           | 1         |           | 1         |           | 1         |           |
| Değerlendirme: Anket                                      |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |

**STRATEJİK AMAÇ 2:** Kaliteli eğitim ve öğretim faaliyetleri sunmak**Stratejik Hedef 1:** Eğitim-öğretim faaliyetlerinin geliştirilmesi**Strateji 1.1.** Ulusal ve uluslararası eğitim programlarıyla koordinasyon sağlamak**Strateji 1.2.** Eğitim-öğretim planına farklı alanlardan ders ve uygulamalar koymak

| Performans Göstergeleri:                               | 2024<br>H | 2024<br>B | 2025<br>H | 2025<br>B | 2026<br>H | 2026<br>B | 2027<br>H | 2027<br>B | 2028<br>H | 2028<br>B |
|--------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Erasmus, Mevlana, Farabi'den faydalanan öğrenci sayısı | 0         | 0         | 0         |           | 0         |           | 1         |           | 1         |           |
| Oryantasyon eğitim sayısı                              | 0         | 0         | 1         |           | 1         |           | 1         |           | 1         |           |
| Ders dışı düzenlenen saha çalışma sayısı               | 0         | 0         | 1         |           | 1         |           | 1         |           | 1         |           |
| İş yaşamına hazırlık kurs sayısı                       | 0         | 0         | 1         |           | 1         |           | 1         |           | 1         |           |
| 3+1 Sektörel staja giden öğrenci sayısı                | 3         | 0         | 4         |           | 4         |           | 5         |           | 6         |           |
| Değerlendirme: Anket                                   |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |

**STRATEJİK AMAÇ 3 :** Paydaşlarla olan ilişkilerin geliştirilmesi**Stratejik Hedef 1:** Paydaşlarla olan ilişkileri etkin kılmak**Strateji 1.1.** Öğrenciler ve mezunlarla ortak faaliyetler yapılması**Strateji 1.2.** Kamu ve özel sektörle ortak faaliyetler yapılması**Strateji 1.3.** Bölgenin jeoiktisadi ihtiyaçları doğrultusunda faaliyetler yapmak

| Performans Göstergeleri:                | 2024<br>H | 2024<br>B | 2025<br>H | 2025<br>B | 2026<br>H | 2026<br>B | 2027<br>H | 2027<br>B | 2028<br>H | 2028<br>B |
|-----------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Kariyer günleri etkinlik sayısı         | 1         | 0         | 1         |           | 1         |           | 1         |           | 2         |           |
| Sektörle Tanışma günleri/ziyaret sayısı | 1         | 0         | 1         |           | 1         |           | 1         |           | 1         |           |
| Mezunlar Günleri sayısı                 | 1         | 0         | 1         |           | 1         |           | 1         |           | 1         |           |
| Sektörel teknik gezi sayısı             | 1         | 0         | 1         |           | 1         |           | 1         |           | 2         |           |
| 3+1 Sektörel staja giden öğrenci sayısı | 3         | 0         | 4         |           | 4         |           | 5         |           | 6         |           |
| Değerlendirme: Anket                    |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |

H:Hedeflenen; B: Başarılan

| ÇOMÜ Biga MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Stratejik Plan Değerlendirme Anketi                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Bilimsel birçok etkinlik düzenlenmektedir                                                                |   |   | X |   |   |
| Girişimcilik ve inovasyon üzerine toplantılar yapılmakta ve eğitimler verilmektedir                      |   |   | X |   |   |
| Oryantasyon eğitimlerinin faydalı olduğunu düşünmekteyim                                                 |   |   | X |   |   |
| Erasmus, Mevlana, Farabi programları ve bölümün ikili işbirlikleri konularında bilgi sahibiyim           |   |   |   | X |   |
| Özel sektörle tanışma günleri ve iş yaşamına hazırlık kurslarından yararlanma durumunuzu değerlendiriniz |   |   | X |   |   |
| Bölümden mezun olan meslektaşlarımızla tanışma fırsatı buldum                                            |   | X |   |   |   |
| Ders dışı düzenlenen saha çalışması ve gezilere katılma fırsatım oldu                                    |   | X |   |   |   |
| Bölümün yürüttüğü projelerin bölgeye olan katkılarını değerlendiriniz                                    |   |   |   |   | X |
| Öğrenciler bölümün eğitim-öğretim planlarının düzenlenmesi süreçlerine katkı vermektedir                 |   |   | X |   |   |
| Mezunların mesleki başarılarını biliyorum                                                                |   |   | X |   |   |
| Kamu, özel sektör ve Üniversite işbirliği projelerine öğrencilerin katılımını değerlendiriniz            |   |   | X |   |   |
| Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünün bir bileşeni olmaktan memnuniyetinizi değerlendiriniz                 |   |   |   |   | X |
| 1: Çok Zayıf, 2: Zayıf, 3: Orta, 4: İyi, 5: Çok iyi                                                      |   |   |   |   |   |

#### Stratejik Plan Hedefleri ve Performans Göstergeleri 2024 Yılı Değerlendirmesi

Yukarıda detayları verilen bölüm stratejik planı gerçekleştirilen faaliyetler açısından değerlendirildiğinde farklı başarı seviyeleri elde edildiği görülmektedir. Ulusal ve uluslararası kongre, sempozyum, çalıştay sayısı, yurtiçi destekli proje sayısı, ulusal ve uluslararası hakemli dergilerde makale sayısı, girişimcilik ve inovasyon üzerine verilen eğitim sayısı 2024 yılı hedefleri değerlendirildiğinde istenilen başarıya ulaşılmıştır. Özellikle yurt içi destekli proje sayısında hedeflenenin oldukça üzerinde bir başarı görülmektedir. Toplam yedi proje çalışması olmuştur. (TÜBİTAK, GMKA, STK, Kamu Kurumları) Bu projelerin büyük çoğunluğu tamamlanmıştır.

2024 yılı için dönem başında oryantasyon eğitimi bölüm başkanı ve bölüm hocaları tarafından verilmiştir. Erasmus, Mevlana, Farabi gibi öğrenci değişimi organizasyonlarına öğrencilerimiz tarafından herhangi bir talep oluşturulmamıştır. 3+1 eğitim modeline geçilmesiyle birlikte yeni ders programları üzerinde çalışmalar bitirilmiştir. Pazarlama birinci sınıf öğrencilerine yeni ders programı uygulanmıştır. Pazarlama ikinci sınıf öğrencileri ise eski ders programı ile eğitimlerine devam etmektedirler. Dolayısıyla 2025 yılı stratejik planında; 3+1 sektörel staja giden öğrenci sayısı belirlenmiş olacaktır. Öğrencilerimize bu konuda bilgi ve destek verilmektedir. 2024 yılı kapsamında kariyer günleri, sektörle tanışma günleri/ziyaret sayısı, mezunlar günleri, sektörel teknik gezi kapsamında hedeflenen başarıya ulaşılamamıştır. Bu kapsamda program bazında 2025 yılı hedeflerine ulaşabilmek için çalışmalar bölümümüz nezdinde sürdürülmektedir.

Pazarlama ve Reklamcılık Bölüm Başkanlığı