

T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
BİGA MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
PAZARLAMA PROGRAMI

2017-2018 Akademik Yılı
Mevcut Durum Analizi ve I. Stratejik Eylem Planı Taslağı

İÇİNDEKİLER

1. Ön Bilgi	4
2. Amaç	4
3. Kapsam.....	4
4. Planlama Süreci ve Uygulama Planı	4
5. Program Tanımı.....	5
6. Programın Amacı	5
7. Programın Hedefi	5
8. Kazanılan Derece.....	6
9. Öğrencilerin Sahip Olacağı Bilgi, Beceri ve Yetkinlikler	6
10. Mevcut Öğrenci Profili.....	6
11. Mezunların Mesleki Profili.....	7
12. Programımızın Paydaşları.....	7
13. Merkezi Yerleştirme Puanlarımız, Kayıtlı Ve Mezun Öğrenci Sayılarımız	8
14. Programda Kadrosu Bulunan Öğretim Elemanlarının Dağılımı	9
15. Öğretim Kadrosunun Mevcut Durum Analizi	10
16. Program Swot Analizi	11
16.1. Programın Güçlü Yönleri	12
16.2. Programın Zayıf Yönleri	13
16.3. Fırsatlar.....	14
16.4. Tehditler	15
17. Programımızın Misyon, Vizyon ve Temel Değerlerinin Belirlenmesi	16
18. Sorunlara Çözüm Önerileri Getirilmesi ve Uygun Stratejilerin Geliştirilmesi.....	17
19. Mevcut 4 Yarıyıllık Öğretim Programı ve Ders İçerikleri.....	20

ŞEKİL VE TABLOLAR

Tablo 1. Programa Kayıtlı Öğrenci Sayısına Yönelik İstatistikler	8
Tablo 2. Programdan Mezun Olan Öğrenci Sayısına Yönelik İstatistikler.....	8
Tablo 3. Programa 2017 Yılında Merkezi Yerleştirme Sınavıyla Kayıt Olan Öğrenci Sayısı ...	8
Tablo 4. 2017 Girişli Öğrencilerin Derslere Devam Durumları	8
Tablo 5. 2017 Yılı Merkezi Yerleştirme Sınavı Puanlarımız.....	8
Tablo 6. Programdaki Öğretim Elemanlarının Dağılımı.....	9
Tablo 7. Öğretim Kadrosunun Analizi.....	10
Tablo 8. Öğretim Kadrosunun Ders Yüğü Dağılımlarına Yönelik İstatistikler	11
Tablo 9. Öğretim Elemanlarının Akademik Yayınlarına Yönelik İstatistikler	11

1. Ön Bilgi

Meslek Yüksekokulumuz Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Pazarlama Programı stratejik plan oluşturulma ihtiyacı duyulmuştur. Programa ait çıktıların değerlendirilmesi için swot analizi yapılarak hangi faaliyetlerin gerçekleştirildiği, ilgili stratejilerin etkinliği, devam ettirilip ettirilmeyeceği ve yeni strateji ihtiyaçları gözden geçirilmiştir. Yapılan değerlendirmelerin amacı geleceğe hitap eden bir pazarlama programı tasarlanması ve programın bölgemizdeki potansiyel öğrencilerimize tanıtımının yapılması ve stratejik planın, bir rehber olarak kullanılması amaçlanmıştır.

2. Amaç

Amaç, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Pazarlama programının 2017-2018 akademik yılında eğitim-öğretim kalitesini artırabilmesi ve günümüz bilgi çağında gerçekleşen değişimlere ayak uydurabilmesi için uygulaması gereken stratejileri ve bu stratejilere dayanan hedeflerin belirlenmesidir.

3. Kapsam

Bu dokümanda sunulan strateji ve hedefler; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık programını kapsamaktadır. Doküman program danışmanı ile programda ders veren öğretim elemanlarının önerileri ışığında hazırlanmış, belirlenen hedeflere nasıl bir strateji ve politikalarla ulaşılabileceği tartışılmıştır.

4. Planlama Süreci ve Uygulama Planı

Program danışmanlığımızca yürütülen stratejik planlama süreci aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır;

- Stratejik plan çalışmaları için verilerin elde edilmesi ve gerekli alt yapının sağlanması,

- Swot analizinin yapılması (Güçlü yanlar, zayıf yanlar, fırsatlar ve tehditler),
- Swot Analizinin değerlendirilmesi,
- Misyon, vizyon, temel değerler ve politikaların belirlenmesi,
- Fonksiyonel hedeflerin güncellenmesi
- Elde edilen sonuçların geri bildiriminin sağlanması ve gerekli düzenleme ile düzeltmelerin gerçekleştirilmesi.

5. Program Tanımı

Pazarlama programı, 5. Seviye akademik ve mesleki yeterlilik kazandırmayı amaçlayan bir ön lisans programıdır. Yüksekokulumuzda Pazarlama ve Reklamcılık bölümü altında örgün öğretim 2006-2007; ikinci öğretilmi, 2009-2010 öğretim yılında eğitim ve öğretime açılmıştır. Her iki programda öğrenci kontenjanı 40'ar kişidir. Programa giriş, YÖK'ün ilgili mevzuatı çerçevesinde ÖSYM tarafından belirlenmektedir. Programın eğitim dili Türkçe'dir. Eğitim süresi iki yıl olup, programdan mezun olabilmek için 172 ders saati kredisini ve 40 günlük uygulamalı stajın tamamlanması gerekmektedir.

6. Programın Amacı

Yüksekokulumuzdaki pazarlama programı, "satış yönetimi" ağırlıklı olup işletmelerin pazarlama ve satış konularında duyduğu ara eleman ihtiyacını karşılamının yanı sıra; mezunlarına, satış ve pazarlama alanında kendi işini kurabilecek bilgi ve becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

7. Programın Hedefi

Program mezunlarının, yetişmiş işgücü potansiyeli olarak, çalışacakları sektörle ilgili ulusal ve uluslararası platformda yaşanan güncel gelişmeleri takip eden, iletişim becerisi yüksek, özgüveni tam, girişimci, yenilikçi ve alanında uzmanlar olarak hizmet vermeleri hedeflenmektedir.

8. Kazanılan Derece

İşletme yönetimi programını bitiren öğrenciler önlisans diploması almaya hak kazanmaktadırlar.

9. Öğrencilerin Sahip Olacağı Bilgi, Beceri ve Yetkinlikler

Bölüm mezunlarının aşağıdaki bilgi ve becerilere sahip olması hedeflenmiştir:

- İşletme faaliyetleri içinde bütünleşmiş pazarlama sisteminin işleyişi ve ilkeleri
- Sözlü ve sözsüz iletişim becerileri
- Mal ve hizmet sektöründe tüm satış yönetim süreciyle ilgili faaliyetlerin planlanma, uygulanma ve denetimi
- Pazar ve tüketicilere yönelik ihtiyaç duyulan bilgilerin toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanması
- Mesleki yabancı dil
- Mesleki alanında gerekli olan Ofis programlarının yanında CRM, ERP gibi paket programlarını kullanabilme
- Öğrencilerin profesyonel yaşamda sosyal davranış, nezaket, görgü ve protokol kurallarını bilerek uygun davranış biçimleri sergilemesi ve organizasyon yapma yeteneğini geliştirme.

10. Mevcut Öğrenci Profili

Hemen her alandan her öğrencinin tercih ettiği bir önlisans programı olan Pazarlama programımızı genel olarak yoğunlukla Balıkesir, Bursa, Çanakkale, Edirne, İstanbul, İzmir, Manisa, Mersin ve Tekirdağ illerinden ve bu illerin ilçelerinden gelen düz, anadolu ve meslek lisesi mezunları tercih etmektedir.

11. Mezunların Mesleki Profili

Bu programdan mezun olan öğrenciler, işletmeler için olmazsa olmaz olarak adlandırılan tüketicinin, sosyal, psikolojik ve ekonomik açıdan beğenilerini tanıyabilen elemanlar olarak sektörde kendilerine yer bulabileceklerdir. Pazarlama Programı'ndan mezun olanlar aldıkları önlisans diplomasıyla, "Meslek Elemanı" unvanı, satış temsilcisi, satış şefi, Pazar ve pazarlama araştırması gibi görev pozisyonlarda çalışabilecekleri gibi, kendileri satış alanında bağımsız olarak iş kurabilirler.

12. Programımızın Paydaşları

Programımızın gelişebilmesi, eğitim kalitesini artırabilmesi, çağdaş ve modern eğitim teknolojileri ile donatılabilmesi ancak tüm paydaşlarının desteği ile mümkün olabilecektir. Bu amaçla paydaşları belirleyerek onların durumlarını da dikkate alacak şekilde stratejilerini belirlemiştir. Üniversitenin bu kapsamda paydaşları şu şekilde belirlenmiştir:

- Valilik, Kaymakamlık ve diğer resmî kuruluşlar,
- Yüksek Öğretim Kurulu,
- Üniversitelerarası Kurul,
- Ulusal ve Uluslararası Eğitim ve Araştırma Kurumları,
- Özel Sektör Kuruluşları (İÇDAŞ, Doğtaş, Dardanel vb.),
- Sivil Toplum Kuruluşları,
- Akademik personelimiz ve aileleri,
- İdarî personelimiz ve aileleri,
- Öğrencilerimiz ve aileleri,
- Mezunlarımız.

13. Merkezi Yerleştirme Puanlarımız, Kayıtlı Ve Mezun Öğrenci Sayılarımız

Meslek Yüksekokulumuz Pazarlama ve Reklamcılık bölümü altında örgün öğretim 2006-2007; ikinci öğretimi, 2009-2010 öğretim yılında eğitim ve öğretime açılmıştır. O günden bugüne mezun olan öğrencilerimiz ve halen aktif kayıtlı bulunan öğrencilerimiz ile bilgiler aşağıdaki tablolarda belirtilmiştir.

Tablo 1. Programa Kayıtlı Öğrenci Sayısına Yönelik İstatistikler

Kuruluşumuzdan Günümüze Kadar Kayıt Yaptıran Toplam Öğrenci Sayısı	573
Aktif Kayıtlı Öğrenci Sayısı	248

Tablo 2. Programdan Mezun Olan Öğrenci Sayısına Yönelik İstatistikler

Pazarlama I.Öğretim	184
Pazarlama II.Öğretim	149
Genel Toplam	333

Tablo 3. Programa 2017 Yılında Merkezi Yerleştirme Sınavıyla Kayıt Olan Öğrenci Sayısı

Pazarlama	17	
Toplam Öğrenci Sayısı		17

Tablo 4. 2017 Girişli Öğrencilerin Derslere Devam Durumları

Derslere Sürekli Devam Eden Ortalama Öğrenci Sayısı	
Pazarlama	17
Toplam	17

Tablo 5. 2017 Yılı Merkezi Yerleştirme Sınavı Puanlarımız

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü	Taban	Tavan
Pazarlama Programı YGS-6	173.1000	187.53262

14. Programda Kadrosu Bulunan Öğretim Elemanlarının Dağılımı

Tablo 6. Programdaki Öğretim Elemanlarının Dağılımı

Akademik Ünvan	Yaş Grupları											
	<30			30-39			40-49			50-59		
	K	E		K	E		K	E		K	E	
Doç. Dr.											1	
Öğr.Gör.				1								
Öğr.Gör.				1								
Öğr.Gör.	1											

15. Öğretim Kadrosunun Mevcut Durum Analizi

Tablo 7. Öğretim Kadrosunun Analizi

Akademik Ünvan	Son Mezun Olduğu Kurum ve Yılı	Halen Öğretim Görüyorsa Hangi Aşamada Olduğu	Deneyim Yılı			Etkinlik düzeyi (Yüksek, Orta, Düşük, Yok)		
			Kamu, Özel Sektör, Sanayi,	Kaç Yıldır Bu Kurumda	Öğretim Üyeligi Süresi	Meslek Kuruluşlarında	Kamu, Sanayi ve Özel Sektöre Verilen Bilimsel Danışmanlıkta	Araştırmada
Doç.Dr. Murat AKYILDIZ	Yüksek Lisans, DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ, İ.İ.B., Uluslararası İşletmecilik, 2000	Doktora, DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ, S.B.E., İşletme, 2003	15		14	Yok	-	-
Öğr.Gör.Figen KILIÇ	Yüksek Lisans ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ, Biga İ.İ.B. Fakültesi, İktisat,2014	-	3		2	Yok	-	-
Öğr.Gör. Emine ÇETİN	Yüksek Lisans ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ, Biga İ.İ.B. Fakültesi, İktisat,2010	Doktora, ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ, Biga İ.İ.B. Fakültesi, İktisat, (Devam ediyor)	1		1.5	Yok	-	-
Öğr.Gör. Hülya UĞUR	Yüksek Lisans MARMARA ÜNİVERSİTESİ, S.B.E., Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ,2014	-			1	Yok	-	-

Tablo 8.Öğretim Kadrosunun Ders Yüğü Dağılımlarına Yönelik İstatistikler

Sözleşmeye Esas Görev Tanımı Kapsamında Akademik Unvanlara Göre Olması Gereken Minumum Ders Yüğü ve Mevcut Ders Yüğü Dağılımları			
Akademik Ünvan	Ad, Soyad	En Az	Mevcut Ders Yüğü
Doç.Dr.	Murat AKYILDIZ	10	20
Öğr. Gör.	Figen KILIÇ	12	21
Öğr. Gör.	Emine ÇETİN	12	-
Öğr. Gör.	Hülya UĞUR	12	25

Tablo 9. Öğretim Elemanlarının Akademik Yayınlarına Yönelik İstatistikler

Akademik Unvan Ad, Soyad	Uluslararası + Ulusal Hakemli Dergi, Kongre, Sempozyum vb. Yayınlanan Makale, Bildiri Sayısı	Toplam Atıf Sayısı 2013'den bu yana	Teknik Bilimler Alanında ISI Indexlerine Giren Dergilerde Aldıkları Atıf Sayısı	Akademik Ders Kitabı ve Kitap Bölümleri
Doç.Dr. Murat AKYILDIZ	18	89	-	2
Öğr.Gör.Figen KILIÇ	1	-	-	2
Öğr.Gör. Emine ÇETİN	2	-	-	2
Öğr.Gör. Hülya UĞUR	-	-	-	-

16. Program Swot Analizi

Bölümümüzün eğitim, öğretim ve yönetim faaliyetleri değişik açılardan incelenerek üniversitenin kuvvetli yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri değerlendirilmiştir. Değerlendirme;

- Eğitim-öğretim,
- 4 yarıyılık ders planı,
- Ders adları, içerikleri ve akts'lerin güncellenmesi,
- Ders yükleri,
- Etkin bir kariyer planlamasının yapılandırılması,
- Öğrencilerin DGS ile lisansa geçiş olanakları,
- Akademisyenlerin değerlendirilmesi,
- Öğrenci/akademisyen iletişimi,
- Destek birimleri kapsamında yapılmıştır.

16.1 Programın Güçlü Yönleri

- Çanakkale'nin en büyük ilçesinde bulunmamız,
- Balıkesir İli'nin büyük bir sanayiye sahip Bandırma gibi ilçelerine olan yakınlığımız,
- Doğtaş, İÇDAŞ, Dardanel vb. markalara, sanayi ve ticaret ağlarına yakınlığımız,
- Alanında gerekli yetkinliğe sahip akademik kadronun varlığı,
- Pazarlama ve Reklamcılık programının kendi alanında Türkiye'de sayılı bölümlerden birisi olması,
- Akademisyenlerimizin, konuları hakkında nitelikli eser üretme kapasitesine sahip olması,
- Akademik personelin öğrencilere bilgi aktarımında yeterli formasyona sahip olması,
- Akademik personel öğrenci iletişiminin istenilen düzeyde olması,
- Akademik personel idari personel iletişimimin istenilen düzeyde olması,
- İdari personel öğrenci iletişimin istenilen düzeyde olması,
- Programımızın fiziki konumu ve teknolojik alt yapı noktasında bilgi kaynaklarına erişimin uygun olması,
- Üniversitemizin bölgenin en büyük ve kapsamlı kütüphanelerinden birine sahip olması ve kampus dışı erişim için öğrencilerimize verilen kullanıcı adı ve şifre ile online kaynaklara ve veri tabanlarına anında erişim sağlaması,
- Üniversitemizde ve Yüksekokulumuzda girişimcilik ve yenilik faaliyetleriyle ilgili gerekli organizasyonların yönetim tarafından desteklenmesi ve teşvik edilmesi,
- Konferans salonumuz ve bilgisayar laboratuvarına sahip olmamız,
- Her sınıfta beyaz tahta, projeksiyon bulunması,
- Kongre, toplantı, mezuniyet, konser, tiyatro vb. organizasyonlar için ilçe belediyesinin, yeni yerleşkemizin ve üniversitemiz merkez kampüsünün yeterli fiziki imkânlarla sahip olması,
- Öğrencilerin istedikleri konularda öğrenci kulübü kurabilme ve organizasyon yapabilme imkanları,
- YGS ile gelen öğrencilerin kavrama yeteneğinin eğitim ve öğretim düzeyi için yeterli olması,
- YGS ile gelen öğrencilerin gerek teorik ve gerekse pratik bilgi akışını sağlamada daha istekli olmaları.

16.2 Programın Zayıf Yönleri

- Yüksekokulumuz bünyesinde kurumsal fiziki şartlardan dolayı çalışanların potansiyel performansını yeterince kullanamaması,
- Henüz yeni binamıza taşınmamış olmamız nedeniyle fiziki imkanların yetersizliği ve sınıfların düzenli dağıtılamaması,
- Ofis, demirbaş ve sarf malzemesi gibi donanımların etkin bir şekilde tahsis edilememesi,
- Multidisipliner ve ortaklaşa çalışma eksikliği,
- Bilimsel ya da sanayi odaklı proje gerçekleştirme ve bunlara öğrencileri dahil etme eksikliği,
- Öğrencilerin yeterince yabancı dil bilmemesi ve bu nedenle Fulbright, Erasmus gibi programlara gerekli özenin gösterilmemiş olması,
- Akademik ve idari personelin yabancı dil sorunu nedeniyle bu zamana kadar Da Vinci, Fulbright, Erasmus gibi programlardan günümüze kadar faydalanamamış olması,
- Ders kitapları dışında farklı sektörlerden güncel uygulamaya yönelik kaynakların her öğretim elemanı tarafından kullanılmaması,
- Dersliklerde internete bağlanamama sorunu nedeniyle şirketlerin güncel kurumsal web adreslerini analiz etme konusunda yaşanan sıkıntılar,
- İnternet destekli ve sanal gerçeklikten yoksun eğitim sistemi,
- Öğrencilerin veya öğretim elemanlarının staj hususunda gerekli hassasiyeti göstermemesi,
- Genel olarak seçmeli derslerin azlığı (zorunlu seçmeli ders sistemi uygulanıyor olması),
- Yüksekokulumuz bünyesinde herhangi bir kişilik veya kariyer geliştirme programının uygulanmaması,
- Öğrenci Bilgi Sisteminde ve internet üzerinden kayıt sisteminde yaşanan aksaklıklar ve halen sistemsiz olarak tek bir hesaba geçilememiş olması,
- Uluslararası çalışmalarda akademik personele yeterince ekonomik destek verilmemesi,
- Öğrencilere ve akademisyenlere yönelik teknik gezi, kongre, sempozyum, fuar katılımlarının azlığı,
- Öğrencilerin DGS ve iş bulma stresleri nedeniyle yeterince motive olamamaları,
- Öğrencilerin matematiksel becerilerinin zayıf olması,

16.3 Fırsatlar

- Bulunduğumuz ilçede yer alan fakülte ve yüksekokul ile aynı yerleşkeye taşınarak elde edeceğimiz kampüs ortamıyla birlikte fiziki şartların daha iyi hale getirilecek olması,
- 2023 yılında tamamlanması planlanan boğaz köprüsü sayesinde mevcut ulaşım ağının gelişmesi,
- Diğer illere ve büyükşehirlere kıyasla bulunduğumuz ilçenin nüfusu düşünüldüğünde bu ilçede en kapsamlı, en büyük ve tek meslek yüksekokulu olmamız,
- Programımız öğretim elemanlarının güncel mevzuata hakim olması ve üniversite-sanayi, üniversite- kamu ilişkilerinin geliştirebilme potansiyelinin var olması,
- Programımız öğretim kadrosunun alanlarında yeterli bilgi ve donanıma sahip olması nedeniyle ulusal ve uluslararası akademik çevrede tanınmaları,
- Aktif öğretim elemanlarına sahip olunması,
- Meslek Yüksekokulumuzda geçmişe nazaran daha aktif, yönetime katılımı sağlayan, paylaşımcı, eleştiri ve yeniliklere açık her konuda çalışanına ve kuruma destek olmaya çalışan idari bir yapıya sahip olunması,
- Aktif idari personele sahip olunması,
- Bölüm ve diğer üniversite öğretim üyeleri arasındaki ilişkinin yeterli olması,
- Ulusal ve uluslararası projelerde çalışabilecek nitelikte yeterli akademik personele sahip olunması,
- Bölümümüz öğretim kadrosunun tecrübe, yetenek ve gelişme arzusunun yeterli olması.

16.4 Tehditler

- Tercih dönemlerinde il dışından gelen birçok üniversitenin il merkezinde, ilçemizde ve ilimizin diğer bölgelerindeki liselerde ve meydanlarda tercih danışmanlığı ile tanıtım yapmaları nedeniyle puanları taban puanımızdan daha yüksek olmasına rağmen potansiyel öğrencilerimizin il dışındaki vakıf üniversitelerini tercih etmeleri.
- Lise tanıtımları, yüksek okulumuz hakkında tanıtıcı broşürler ve tercih danışmanlığı gibi adımlar atılmadığı takdirde bazı programların dondurulmaktan ziyade kapatılma riskiyle karşı karşıya kalması.
- Akademik personelin kaygılarının bilimsel çalışma trendine olumsuz etki yapması,
- Yardımcı akademik personel sayısının optimal seviyeden düşük olması,
- Öğrencilerin genelinin bilgisayar, Microsoft Office ve AutoCAD gibi programlara hâkimiyetlerinin çok zayıf olması hatta hiç olmaması,
- Öğrencilerin bilimsel bilgidan ziyade kamu personel sınavlarına ve DGS'ye yönelik çalışmaları,
- Öğrencilerin liseden gelen alışkanlıklarını devam ettirmeleri, ders geçmek amaçlı ezbere eğitime öğretim elemanlarını yöneltmeye çalışmaları,
- Öğrencilerin gerçekleştirilen oryantasyon ve iş güvenliği eğitimlerini dikkate almamaları,
- Öğrencilerin derslerde ses kaydı alması, kitap, defter, ders notu olmadan derse gelmesi, sınavlara kimliksiz, kalemsiz, silgisiz katılmaya çalışmaları, sorumsuz davranışlarının süreklilik arz etmesi,
- Yukarıda bahsedilen konularda program danışmanı dışında öğrencilere psikolojik danışmanlık veya mentorluk yapabilecek bir departmanın Biga da olmayışı,
- Ağaköy yerleşkesindeki kütüphanemizin programımız ile ilgili yeterli sayıda kaynak içermemesi ve kaynakların güncel olmayışı.

17 . Programımızın Misyon, Vizyon ve Temel Değerlerinin Belirlenmesi

Biga Meslek Yüksek Okulu Pazarlama ve Reklamcılık Programının Misyonu; Bilimsel ve teknolojik alt yapı ile donatılmış, evrensel düşünebilen, yenilikçi, katılımcı, ufku geniş, mesleki yeterliliğe ve özgüvene sahip, yerel ve küresel düzeyde kalifiye pazarlama ve reklam meslek elemanı yetiştirmek.

Biga Meslek Yüksek Okulu Pazarlama ve Reklamcılık Programının Vizyonu; Pazarlama ve Reklam meslek elemanın gerektirdiği yüksek standartlara sahip, çağdaş, çevreci, yenilikçi, paylaşımcı, ticaret dünyasının tercih ettiği nitelikli elemanlar yetiştiren ve mensubu olmaktan gurur duyulan Türkiye'nin en çok tercih edilen önlisans programı haline gelmek.

Programımızın vizyon ve misyonunu oluşturan temel amaçlar;

- Eğitim, öğretim ve araştırma kalitesi ile Türkiye ve dünyada tercih edilen;
- Teknolojik gelişmelere duyarlı, toplumun ve sektör temsilcilerinin beklentilerine uygun insan kaynağı yetiştiren;
- Uluslararası akademik çevrede bölümümüzü en etkin şekilde temsil eden;
- Öğretim elemanları ile sonuç odaklı bir eğitim profili oluşturan;
- Teknolojik yeniliklere göre kendini yenileyebilen bireyler yetiştiren;

Programımız vizyon ve misyonunu oluşturan temel değerler;

- Atatürk ilke ve inkılâplarına bağlı olmak,
- Vatan sevgisiyle görevini anayasa, uluslararası hukuk ilkeleri, insan hakları ve yükseköğretim mevzuatıyla ilgili tüm yasal düzenlemelere uyarak yerine getirmek,
- Din, dil, ırk, milliyet, renk, düşünce farklılığı gözetmeksizin insanları sevmek ve saymak,
- Çalışmaktan, doğruluktan ve dürüstlükten taviz vermemek,
- Üniversitenin misyon ve vizyonuna bağlı olmak,
- Bilimin uluslararası kabul görmesine inanmak,
- Yenilikçi olmak, değişimi yönetmek ve gerçekleştirmek,
- Kurumsal bağlılığa, kurum içinde uyum ve dayanışmaya önem vermek,
- Zaman yönetimine özen göstererek sürekli mükemmelliği yakalamaya çalışmak,
- İşimizi sevmek ve özgün araştırmalar yapmak,
- Sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak.

18. Sorunlara Çözüm Önerileri Getirilmesi ve Uygun Stratejilerin Geliştirilmesi

Bölümümüzün yaptığı SWOT analizleri neticesinde zayıf/kuvvetli yönleri, önündeki fırsatlar/tehditler dikkate alınarak stratejiler değerlendirilmiştir. Bu kapsamda 2017-2018 Akademik Yılı için uygulanması düşünülen en temel çözüm önerileri ve stratejiler kısaca aşağıda bilgilerinize sunulmuştur.

Strateji 1: 4 Yarıyıllık öğretim programının güncellenmesi. (Ders adı, içerik, düzeltme, yeni ders, AKTS).

Strateji 2: Bologna girişlerinin her dönem dersi veren ilgili öğretim elemanları tarafından güncellenmesinin sağlanması.

Strateji 3: Öğretim elemanlarının araştırma yöntem ve teknikleri ile istatistik konularında kendilerini yenilemeleri gerekli hizmet içi eğitimlerin alınması.

Strateji 4: Yüksekokulumuzun Biga ve Bigaya yakın ilçelerimiz ve diğer komşu illerde olan ilçelerdeki liselere tanıtım ve tercih danışmanlığı yapması ve potansiyel öğrencilerin doğru biçimde yönlendirilmesinin sağlanması.

Strateji 5: Proje yazma, ortaklaşa çalışma, multidisipliner çalışma, holistik bakış açısı, eğiticinin eğitimi, mobing ve empati konularında gerektiği ölçüde hizmet içi eğitimlerin alınarak kurumsal bağlılığın ortak amaca hizmet eden faaliyetler ve etkinliklerle güçlendirilerek kurumsal vizyonun sahiplenilmesi.

Strateji 6: Öğretim üyesi öğretim elemanının uyumlu çalışabilmesi için etkin iletişim tekniklerinin kullanılması.

Strateji 7: Ağaköydeki yerleşkede bulunan kütüphanenin de güçlendirilmesi için destek sağlanması.

Strateji 8: Uluslararası yayınların daha yoğun desteklenmesi.

Strateji 9: Öğretim elemanlarının derslerinin sabit hale getirilmesi.

Strateji 10: Bina ve fiziki yapıdan kaynaklı sorunlar yeni binamıza taşınıp tam kapasiteyle çalışmaya başladığımızda ancak giderilmiş olacağından bunlara ayrıca bir öneri getirilmemiştir.

Strateji 11: Demirbaş ve sarf malzeme konusunda çalışanlara yapılan katkının arttırılması.

Strateji 12: Üniversite sanayi iş birliği protokolleri yapılması için çalışmalar yapılarak gerekli bağlantıların kurulması.

Strateji 13: Plan ve projelerin herkesçe sahiplenilerek sorumlulukların paylaşılması ve sorumluluk almayan öğrenci ve öğretim elemanlarının sürece dahil edilmesi.

Strateji 14: Öğretim elemanlarının ders anlatım tekniklerini geliştirerek uygulamaya ağırlık verilmesi.

Strateji 15: Rakip programlarla gereken karşılaştırmaların yapılarak varsa yeni önerilerin getirilmesi.

Strateji 16: İnternet destekli öğretimin ve sanal gerçeklik uygulamalarının desteklenmesi.

Strateji 17: Bölgesel seminer, kongre, sempozyum ve fuarlarda öncü meslek yüksekokulları arasında yer almak için çalışmaların gerçekleştirilmesi.

Strateji 18: Öğrencilerin, teknik gezi, kongre vb. etkinliklere katılımın daha fazla teşvik edilerek piyasa uygulamalı eğitimin desteklenmesi.

Strateji 18: Bölümümüz öğretim elemanlarıyla yüksekokulumuz yönetimi arasında işbirliğine dayalı olarak öğrencilere gerekli sanayici – öğrenci diyalogunun yaratılarak bu konuda gerekli kongre, seminer ve diğer çalışmalarda bölümümüze gereken desteğin sağlanması konusunda girişimlerde bulunulması.

Strateji 19: Bölümümüz öğrencilerine gereken alt yapı sağlanarak öğrencilerin sektörel çalışmalara katılımının sağlanması. Bölümümüz öğretim elemanları ve meslek yüksekokulumuz nezdinde girişimlerde bulunarak başarılı öğrencilere işletmelerde çalışma karşılığında burs ve benzeri imkanların yaratılması ve bölümümüz öğrencilerine staj yapma imkanı sağlanabilmesi için girişimlerde bulunulması gerekmektedir.

Strateji 20: Öğrencilere ve akademik personele yabancı dil öğreniminde gerekli kolaylığın sağlanması. Öğrenciler ve akademik personel için Fulbright, Erasmus, Sokrates, Da Vinci Farabi, programları gibi değişim programları ile desteklenerek bu hususta gerekli imkanların sağlanması.

Strateji 21: Üniversitemiz mezunları ile ilişkileri düzenleyen “Mezun Yönetim Sistemi”nin oluşturulması. Üniversiteler öğrencilerini mezun ettikten sonra onlar ile ilişkilerini kesmektedirler. Yetiştirdikleri bireylerin, mezun olduktan sonra ne durumda olduklarını belirleme imkânları olmamaktadır. Mezunların üniversitenin imajına katkılarının önemini herkes bilmektedir. O nedenle bu ilişkinin sürekli olarak sürdürülmesi çok yararlı görülmektedir.

19. Mevcut 4 Yarıyılık Öğretim Programı ve Ders İçerikleri

1. YARIYIL DERS PLANI

Kodu	Ders Adı	Zorunlu mu?	Ortalama	T+U Saat	U.Kredi	AKTS
14ATA101	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I	Evet	Girer	2 + 0	2	1
14PAZ101	Pazarlama İlkeleri	Evet	Girer	4 + 1	5	6
14PAZ103	Ekonomi I	Evet	Girer	3 + 0	3	5
14PAZ105	İşletme Yönetimi I	Evet	Girer	3 + 0	3	4
14PAZ107	Matematik	Evet	Girer	2 + 1	3	7
14PAZ109	Pazarlama Mevzuatı	Evet	Girer	2 + 0	2	4
14TDİ101	Türk Dili I	Evet	Girer	2 + 0	2	1
14YDİ101	Yabancı Dil I (İngilizce)	Evet	Girer	2 + 0	2	2
Toplam :					22	30

2. YARIYIL DERS PLANI

Kodu	Ders Adı	Zorunlu mu?	Ortalama	T+U Saat	U.Kredi	AKTS
14ATA102	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II	Evet	Girer	2 + 0	2	1
14PAZ102	İletişim	Evet	Girer	1 + 1	2	4
14PAZ104	Elektronik Pazarlama	Evet	Girer	1 + 1	2	4
14PAZ106	İstatistik	Evet	Girer	2 + 1	3	3
14PAZ108	İşletme Yönetimi II	Evet	Girer	3 + 0	3	5
14PAZ110	Perakende Yönetimi	Evet	Girer	2 + 1	3	5
14TDİ102	Türk Dili II	Evet	Girer	2 + 0	2	1
14YDİ102	Yabancı Dil II (İngilizce)	Evet	Girer	2 + 0	2	2
2. Yarıyıl Seçmeli Ders Planı						
Kodu	Ders Adı	Zorunlu mu?	Ortalama	T+U Saat	U.Kredi	AKTS
14BED102	Beden Eğitimi II	Hayır	Girer	2 + 0	0	1
14PAZ112	Bilgi ve İletişim Teknolojileri	Hayır	Girer	2 + 1	3	4
Toplam :					19	30

3. YARIYIL DERS PLANI

Kodu	Ders Adı	Zorunlu mu?	Ortalama	T+U Saat	U.Kredi	AKTS
14PAZ201	Pazarlama Araştırması	Evet	Girer	2 + 1	3	3
14PAZ203	Global Pazarlama	Evet	Girer	2 + 0	2	2
14PAZ205	Satış Yönetimi	Evet	Girer	4 + 2	5	12
14PAZ207	Mesleki Yabancı Dil	Evet	Girer	2 + 0	2	2
14PAZ209	Araştırma Yöntem ve Teknikleri	Evet	Girer	1 + 1	2	3
14PAZ213	Müşteri İlişkileri Yönetimi	Evet	Girer	2 + 0	2	4
14PAZ223	Pazarlama İletişim Teknikleri	Evet	Girer	3 + 1	4	4
Toplam :					20	30

4. YARIYIL DERS PLANI

Kodu	Ders Adı	Zorunlu mu?	Ortalama	T+U Saat	U.Kredi	AKTS
14PAZ202	Tüketici Davranışları	Evet	Girer	3 + 0	3	2
14PAZ204	Satış Gücü Eğitimi	Evet	Girer	2 + 2	3	5
14PAZ206	Satış Saha Planlaması	Evet	Girer	1 + 1	2	3
14PAZ208	Marka Yönetimi	Evet	Girer	2 + 0	2	2
14PAZ222	Tedarik Zinciri Yönetimi	Evet	Girer	2 + 0	2	2
4. Yarıyıl Seçmeli Ders Planı						
Kodu	Ders Adı	Zorunlu mu?	Ortalama	T+U Saat	U.Kredi	AKTS
14PAZ216	Hizmet Pazarlaması	Hayır	Girer	3 + 0	3	3
14PAZ224	Turizm Pazarlaması	Hayır	Girer	3 + 0	3	3
14PAZ226	İhracat Teknikleri	Hayır	Girer	1 + 1	2	2
14PAZ228	Staj	Hayır	Girmez	0 + 0	0	8
Toplam :					12	30