

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü (2018-2022 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:	2018 H	2018 B	2019 H	2019 B	2020 H	2020 B	2021 H	2021 B	2022 H	2022 B
Ulusal ve uluslararası kongre, sempozyum, çalıştay sayısı	3	7	4	1	5		6		7	
Yurtiçi destekli proje sayısı	1	1	1	0	1		1		1	
Yurtdışı destekli proje sayısı	1	0	1	0	1		1		1	
SCI Makale sayısı	1	0	1	0	2		2		2	
Girişimcilik ve inovasyon üzerine verilen eğitim sayısı	1	1	1	0	1		1		1	
Değerlendirme: Anket	2		1							

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:	2018 H	2018 B	2019 H	2019 B	2020 H	2020 B	2021 H	2021 B	2022 H	2022 B
Erasmus, Mevlana, Farabi'den faydalanan öğrenci sayısı	1	0	1	0	1		1		1	
Oryantasyon eğitim sayısı	2	2	2	0	2		2		2	
Ders dışı düzenlenen saha çalışma sayısı	2	2	2	0	2		3		5	
İş yaşamına hazırlık kurs sayısı	1	0	2	0	2		2		2	
3+1 Sektörel staja giden öğrenci sayısı	1	0	1	0	1		1		1	
30 Günlük staj	35	15	35	10	35		35		35	
Değerlendirme: Anket	1		10							

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 sektörlle ortak faaliyetler yapılması

Strateji 1.3. Bölgenin jeo iktisadi ihtiyaçları doğrultusunda faaliyetler yapmak

Performans Göstergeleri:	2018 H	2018 B	2019 H	2019 B	2020 H	2020 B	2021 H	2021 B	2022 H	2022 B
Kariyer günleri etkinlik sayısı	1	1	2	1	2		2		2	
Sektörle Tanışma günleri/ziyaret sayısı	1	1	2	0	2		2		2	
Mezunlar Günleri sayısı	1	0	1	0	1		1		1	
Sektörel teknik gezi sayısı	1	1	2	0	2		2		2	
3+1 Sektörelstaja giden öğrenci sayısı	1	0	1	0	1		1		1	
Değerlendirme: Anket	1		1							

H:Hedeflenen; B: Başarılan

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:İliyi, 5: Çok iyi					