

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ**  
**BAYRAMIÇ MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI**  
**KURUM İÇİ DEĞERLENDİRME RAPORU**

**Misyonu:** Özel sektör ve kamu kuruluşlarında her geçen gün artan önemi halkla ilişkiler departmanlarına, reklam ve tanıtım faaliyetlerini organize edebilecek, pazarlama bölümüne destek verebilecek, üniversite ve paydaşlar etkileşimini sağlayan, toplantılar organize eden ve organize edilen toplantılara katılımın sağlayan, uygulamaya dönük eğitim için özel-kamu sektör ve STK işbirliğinin sağlayan, teknik becerisi yüksek ve donanımlı nitelikli halkla ilişkiler elemanları yetiştiren ve sorgulamayı, araştırmayı, tartışmayı esas alan bir programdır.

**Vizyonu:** Stratejik hedeflere ve iş yaşamında karşılaşılabilecek dinamiklere uygun eğitim sunmayı, bilgiyi en etkin iletişim kanallarını kullanarak paydaşlara iletilmesi, iş dünyası ile paydaşların buluşmasına aracılık ederek reel iş dünyasının deneyimlerini birleştirmeyi ve günceli takip ederek sosyal sorunlara duyarlı öğrenciler yetiştirmek. Sosyal paydaşlar ve kamuoyu arasında köprü oluşturarak etkili bir iletişimin sathını yaratacak öncü öğrenciler yetiştirmek.

**Değerleri:** Aidiyet, bilimsellik, düşünce ve ifade özgürlüğü, etik, işbirliği ve dayanışma, kalite ve verimlilik, katılımcılık, şeffaflık, yenilik ve yaratıcılık.

**Hedefleri:** Kaliteli eğitim ve öğretim faaliyetleri sunmak, paydaşlarla olan ilişkilerin geliştirilmesi, kurum kültürünün yerleştirilmesi.

**Performans Göstergeleri:**

1-Kaliteli eğitim ve öğretim faaliyetleri sunmak

1. Erasmus, Mevlana ve Farabi'den yararlanan öğrenci sayısı
2. Oryantasyon eğitim sayısı
3. İş yaşamına hazırlık kurs sayısı
4. Sektörel staja giden öğrenci sayısı

2-Paydaşlarla olan ilişkilerin geliştirilmesi

1. Kariyer günleri etkinlik sayısı

2. Sektörle tanışma günleri / ziyaret sayısı
3. Mezunlar Günleri sayısı
4. Sektörel Teknik gezi sayısı

### 3-Kurum kültürünün yerleştirilmesi:

Kurum içinde kalite kültürünün yaygınlaşması ve benimsenmesi için sürekli toplantılar yapılmaktadır. Üniversitemiz bireysel amaçların yerine, örgütsel amaçların ön planda olduğu birlikte iş yapma duygusunun geliştirilerek takım çalışmasına yatkın bir kurum kültürüne sahiptir. Farklı disiplin ve bölümlerde farklı bilişsel, kültürel ve sosyal faaliyetlere sahip olarak, farklı kültürleri bünyesinde barındırmaktadır. Hatta her bir alt disiplin kendine özgü kurum kültürü benimsemiştir. Bu farklılıklardan dolayı her birim kendine özgü değer ve geleneklere, iletişim sistemlerine ve etik kodlara sahiptir.

1. Bilinirlik (tanınma) anketi
2. Promosyon Ürün sayısı
3. Paydaşların ÇOMÜ'den haberdar olma anketi
4. Güven ve işbirliği anketi

**Eğitim Dili:** Türkçe

**Mezun/Aktif Öğrenci Sayıları:** 339/228 öğrenci

**Öğretim Üyesi, Öğretim Görevlisi Sayısı:** 1 ve 3 kişi

**Bir Öğretim Üyesi/Elemanı Başına Düşen Öğrenci Sayısı:** 30 öğrenci

**Öğrenci Derslik Sayısı:** 2 adet (1. ve 2. Sınıflar için)

**Bölüm Adresli Ulusal Dergilerdeki Makale Sayısı:** 10 adet

**Bölüm Adresli Ulusal Proje Sayısı:** 1 adet

**İkili İşbirliği Antlaşmaları:** 2014 yılında Erasmus kapsamında Bulgaristan'da Plovdiv'deki ilgili üniversite yetkilileri ile ikili görüşmeler yapılmıştır.

**Bölümde Düzenlenen Ulusal ve Uluslararası Toplantı/Kongre/Çalıştaylar:** Öğrencilerimize yönelik eğitim gezileri düzenlenmektedir.

**Üstün Yanları:**

1. Öğretim üyelerinin ve öğretim elemanlarının bilimsel çalışmalara teşvik edilmesi

2. Öğrenci odaklı eğitimin esas alınması
3. Mezunlarımızın kamu, özel sektör ve STK'larda iş alanlarının geniş olması

**Bölümü Tanıtan Anahtar Kelimeler:** Kalite, İletişim, Yenilikçilik, Girişimcilik

**İyileştirme Bekleyen Yanları:**

1. Ulusal ve uluslararası projelerin sayıca az olması
2. Diğer üniversiteler ile güçlü ilişkilerin kurulamaması
3. Özel sektörle ilişkilerin zayıf olması
4. Akademik ve idari personel açığı

**ECTS, AKTS ve Bologna Çalışmaları:** Bölümümüzde 2018-2019 eğitim öğretim yılı, güz döneminden itibaren hem 1. Sınıflar hem de 2. Sınıfların ders planında değişiklikler yapılmıştır. Bir dönemde 30 AKTS'lik ders alınmaktadır ve Bologna çalışmaları yerine getirilmektedir.

**Program Akreditasyonu veya Kalite Güvence (PUKO) Çalışmaları:** Bölümümüzde ileriye yönelik olarak akreditasyon çalışmaları gerçekleştirilecektir.

**İç ve Dış Paydaşlar İle İlgili Çalışmalar:** Bölümümüzde paydaş analizi; öğrencilerimize, akademik ve idari personelimize yönelik olarak yapılmaktadır. Öğrencilerimize yönelik olarak Bologna, ders öğrenme çıktıları ve ders kazanım çıktıları ile birlikte anket sonuçları da ele alınmaktadır.

**Mezunlarla Olan İlişkiler:** Mezunlarla ilişkilerin yönetilmesi amacıyla mümkün olduğunca çok mezunumuza ulaşip kalite yönetim süreci içerisine dahil edilmeye çalışılmaktadır. Mezunlara düzenli anketler uygulanarak kalite yönetim süreçlerine katkı vermeleri sağlanacaktır.

**Memnuniyet Anketlerine (öğrenci bilgi sistemi ve kütüphane web sayfası) Katılım Çalışmaları:** 2018-2019 yılı itibariyle öğrencilerimize memnuniyet anketleri uygulanıp, geliştirilmesi gereken yönler belirlenmeye çalışılacaktır.

**Öğrenciler için Burs, Mesleki Gelişim ve Kariyer, Seminer, Konferans, Etkinlik, Sosyal, Kültürel ve Sportif Faaliyetler:** Öğrencilerimiz arasında spor takımları oluşturularak bu takımların yarışmalara katılımı sağlanmaktadır. Ayrıca öğrencilerimiz arasından uygun şartları taşıyanlara kısmi zamanlı çalışma, beslenme bursu ve KYK bursu sağlanmaktadır.

**Lisansüstü Eğitim-Öğretim Faaliyetleri:** Bölümümüzde bulunmamaktadır.

**Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler Programı (2018-2022 Yılları Arasını Kapsayan) Stratejik Planı**

**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	1	-	3		4		4		3	
Yurtiçi destekli proje sayısı					1		1		1	
Yurtdışı destekli proje sayısı										
SCI makale sayısı										
Girişimcilik ve inovasyon üzerine verilen eğitim sayısı	1	-	2		2		2		2	
Değerlendirme: Anket			2		2		2		2	

**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										
Oryantasyon eğitim sayısı	1	1	1		1		1		1	
Ders dışı düzenlenen saha çalışma sayısı	1	-	2		2		2		1	
İş yaşamına hazırlık kurs sayısı	-	-	1		1		1		1	
7+1 Sektörel staja giden öğrenci sayısı										
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 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		1		1	
Sektörle Tanışma günleri/ziyaret sayısı	-	-	2		3		3		1	
Mezunlar Günleri sayısı	-	-	1		1		1		1	
Sektörel Teknik gezi sayısı	-	-	1		2		2		2	
Değerlendirme: Anket										

H: Hedeflenen; B: Başarılan