

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler Programı (2021-2025 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:	2021 H	2021 B	2022 H	2022 B	2023 H	2023 B	2024 H	2024 B	2025 H	2025 B
Ulusal ve uluslararası kongre, sempozyum, çalıştay sayısı	1	-	3	-	4		4		3	
Yurtiçi destekli proje sayısı	1	1	1		1		1		1	
Yurtdışı destekli proje sayısı										
SCI makale sayısı			2	-	2		2		2	
Girişimcilik ve inovasyon üzerine verilen eğitim sayısı	1	-	2	-	2		2		2	
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:	2021 H	2021 B	2022H	2022 B	2023 H	2023B	2024 H	2024 B	2025 H	2025 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:	2021 H	2021 B	2022 H	2022 B	2023 H	2023 B	2024 H	2024 B	2025 H	2025 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		1	
Sektörel Teknik gezi sayısı	-	-	1	-	2		2		2	
Değerlendirme: Anket										

H: Hedeflenen; B: Başarılan