



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
EZİNE MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

2021 – 2025

Stratejik Eylem Planı

Çanakkale – 2021

İÇİNDEKİLER

1. Ön Bilgi	4
2. Amaç	4
3. Kapsam.....	4
4. Planlama Süreci ve Uygulama Planı	5
5. Programın Tanımı	5
6. Programın Amacı	6
7. Programın Hedefi	7
8. Kazanılan Derece	7
9. Öğrencilerin Programı Seçerken Sahip Olması Gereken Yetkinlikler	8
10. Öğrencilerin Sahip Olacağı Yetkinlikler	8
11. Mevcut Öğrenci Profili	9
12. Mezunların Mesleki Profili	9
13. Programımızın Paydaşları.....	9
14. Merkezi Yerleştirme Puanlarımız, Kayıtlı Ve Mezun Öğrenci Sayılarımız	10
15. Programda Kadrosu Bulunan Öğretim Elemanlarının Dağılımı	11
16. Öğretim Kadrosunun Mevcut Durum Analizi.....	11
17. Program SWOT Analizi	13
17.1. Programın Güçlü Yönleri	13
17.2. Programın Zayıf Yönleri	14
17.3. Fırsatlar	15
17.4. Tehditler	16
18. SWOT Matrisi.....	16
19. Programımızın Misyon, Vizyon ve Temel Değerlerinin Belirlenmesi	18
19.1. Ezine Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programının Misyonu.....	18
19.2. Ezine Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programının Vizyonu	18
19.3. Programımızın Vizyon ve Misyonunu Oluşturan Temel Amaçlar	18
19.4. Programın Misyon ve Vizyonunu Oluşturan Temel Değerler	19
20. Sorunlara Çözüm Önerileri Getirilmesi ve Uygun Stratejilerin Geliştirilmesi	19
21. Mevcut 4 Yarıyıllık Öğretim Programı ve Ders İçerikleri.....	20

TABLolar

Tablo 1. Öğretim Elemanı Başına Düşen Öğrenci Sayısı	10
Tablo 2. Programa Merkezi Yerleştirme Sınavıyla Kayıt Olan Öğrenci Sayısı	10
Tablo 3. Son 3 Yıla Ait Merkezi Yerleştirme Sınavı Puanlarımız	10
Tablo 4 Öğretim Elemanı Başına Düşen Öğrenci Sayısı	10
Tablo 5. Programa Merkezi Yerleştirme Sınavıyla Kayıt Olan Öğrenci Sayısı	10
Tablo 6. Son 3 Yıla Ait Merkezi Yerleştirme Sınavı Puanlarımız	11
Tablo 7. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programdaki Öğretim Eleman. Unvan ve Yaş Dağılımı	11
Tablo 8. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programının Öğretim Kadrosunun Ders Yüğü Dağılımlarına Yönelik İstatistikler.....	11
Tablo 9. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programının Öğretim Kadrosunun Tamamlanan Veya Halen Devam Etmekle Olan Projeleri.....	11
Tablo 10. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programının Öğretim Kadrosunun Analizi	11
Tablo 11. Pazarlama Programdaki Öğretim Elemanlarının Unvan ve Yaş Dağılımı	22
Tablo 12. Pazarlama Programı Öğretim Kadrosunun Ders Yüğü Dağılımlarına Yönelik İstatistikler.....	12
Tablo 13. Pazarlama Programı Öğretim Kadrosunun Tamamlanan Veya Halen Devam Etmekle Olan Projeleri	12
Tablo 14. Pazarlama Programı Öğretim Kadrosunun Analizi.....	12
Tablo 15. Öğretim Elemanlarının Akademik Yayınlarına Yönelik İstatistikler.....	13

1. Ön Bilgi

Günümüz bilgi çağında artan kamu ve vakıf üniversiteleri sayıları da dikkate alınarak sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmak, en girişimci ve yenilikçi üniversitelerin başında yer almak ve araştırma üniversiteleri arasına girmek amacıyla Meslek Yüksekokulumuz Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı ve Pazarlama Programı Stratejik Planı oluşturulma ihtiyacı duyulmuştur. Bu planın ortaya koyduğu eksik ve sorunlar irdelenip, sonuçları değerlendirilerek planda gerekli revizyon ve güncellemeler de yapılabilir. Programa ait çıktılar değerlendirilmesi için swot analizi yapılarak zayıf ve kuvvetli yönlerimiz, fırsat ve tehditlerin tespit edilmesiyle birlikte geçmişte planlanan stratejiler konusunda hangi faaliyetlerin gerçekleştirildiği, ilgili stratejilerin etkinliği, devam ettirilip ettirilmeyeceği ve yeni strateji ihtiyaçları gözden geçirilmiştir. Bu stratejik planın, programımızın bütün sorunlarını çözmesi beklenmemekte fakat sorunların tespit edilmesinde ve çözülmesinde bir rehber olarak kullanılması amaçlanmaktadır. Yapılan değerlendirmeler ışığında geleceğe hitap edebilecek bir halkla ilişkiler ve tanıtım öğretim programı tasarlanması ve programın bölgemizdeki potansiyel öğrencilerimize tanıtımının yapılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Programımızı daha kaliteli ve çağdaş eğitime bir adım daha yaklaştırarak benimsemiş olduğumuz kurumsal misyonumuza inanıyor, tüm akademik ve idari personelimiz ile öğrencilerimize 2021-2025 akademik hedef ve stratejilerimize ulaşmada başarılar diliyoruz.

2. Amaç

Bu stratejik plan, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ezine Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Pazarlama Programının 2021-2025 akademik yılında eğitim öğretim kalitesinin arttırılabilmesi ve günümüz bilgi çağında gerçekleşen değişimlere ayak uydurabilmesi için uygulanması gereken stratejileri ve bu stratejilere dayanan hedefleri belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Dokümanın temel amacı; programımızı günümüz rekabet koşullarıyla uyumlu hale getirerek bölgesel anlamda tercih edilirliliğini arttırarak geleceğe ilgililerin dikkatine sunmaktır.

3. Kapsam

Bu dokümanda sunulan stratejiler ve hedefler; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ezine Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Pazarlama Programını kapsamaktadır. Doküman, program danışmanları ile programda ders veren öğretim elemanlarının önerileri ışığında hazırlanmıştır. Ayrıca, program danışmanları tarafından ileriye yönelik politikalar tartışılmış ve stratejik plan kapsamında bu politikaların gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir.

4. Planlama Süreci ve Uygulama Planı

Program danışmanları tarafından yürütülen Stratejik Planlama süreci aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır:

- Stratejik plan çalışmaları için verilerin elde edilmesi ve gerekli altyapıların sağlanması,
- Bölümün SWOT analizinin yapılması,
 - Programın güçlü yönleri
 - Programın zayıf yönleri
 - Fırsatlar
 - Tehditler
- SWOT analizinin değerlendirilmesi,
- Misyon, vizyon, temel değerler ve politikaların belirlenmesi,
- Fonksiyonel hedeflerin güncellenmesi ve yeni hedeflerin belirlenmesi,
- Elde edilen sonuçların geri bildirimini sağlanması ve geri dönüşler doğrultusunda gerekli düzeltmelerin gerçekleştirilmesi.

5. Programın Tanımı

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, kamu ve özel sektör işletmelerinde iş imkânı sunan, nitelikli ara eleman yetiştirmeyi amaçlayan dört yarıyıllık bir yükseköğretim programıdır. 2014-2015 Eğitim-Öğretim yılında faaliyete geçen Halkla İlişkiler ve Tanıtım programında örgün ve ikinci öğretim biçiminde eğitim verilmekte ve yaklaşık 200 öğrencimiz ile öğrenim sürdürülmektedir. Bu program önlisans seviyesinde öğrenim veren bir programdır. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından belirlenen yönetmelikler çerçevesinde, bu programa öğrenci kabulü YKS olarak adlandırılan merkezi sınav sistemi ile yapılmaktadır. Öğrenciler, öğrenim görmek istedikleri program tercihlerini bildirdikten sonra bu sınavdan aldıkları puana göre Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi tarafından ilgili programlara yerleştirilmektedir. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrenciler, bazı derslerden belirli yönetmelikler çerçevesinde muaf olabilirler. Başka bir kurumda alınan dersin içeriğinin, ÇOMÜ'de verilen dersin içeriğine uygun olması ve ilgili müdürlük tarafından onaylanması durumunda, öğrenci bu dersten muaf tutulabilir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım önlisans programı (Bologna Süreci Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi'nde kısa düzey, TYYÇ'de beşinci düzey), mesleki eğitim ve uygulama ağırlıklı bir önlisans programı olup, özellikle, iş dünyasının ilgili olduğu alan ve düzeyde ihtiyaçlarını karşılamak ve mezunlarına bu alanda istihdama yönelik temel düzeyde bilgi ve pratik uygulama yeterlilikleri kazandırmak için tasarlanmıştır. Programın, "Eğitimde Uluslararası Standart Sınıflandırması (ISCED) 2011" ve "Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ)"ne göre sınıflandırması ve eğitim alan kodları

verilmiştir. Bu programdan mezun olan öğrenciler ÖSYM tarafından gerçekleştirilen Dikey Geçiş Sınavına girerek ÖSYM tarafından belirlenmiş lisans programlarına başvurabilirler. Sınav yönetmeliği ile ölçme ve değerlendirme süreçlerine ilişkin genel bilgiler için ÇOMÜ Önlisans ve Lisans Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'ne başvurulabilir. Bu programdan mezun olabilmek için öğrencilerin; Öğretim programlarında belirlenen tüm derslerden en az DD notu olarak minimum 120 AKTS kredisinden başarılı olmaları 4.00 üzerinden en az 2.00 Genel Not Ortalamasına sahip olmaları Zorunlu stajlarını belirtilen sürede ve özellikle tamamlamaları gerekmektedir.

Pazarlama bölümü 2014-2015 Eğitim-Öğretim yılından bugüne Ezine Meslek Yüksek Okulunda eğitim öğretim hayatına başlamıştır. Mezun olan öğrenciye Pazarlama Programında ön lisans diploması verilir. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından belirlenen yönetmelikler çerçevesinde, bu programa öğrenci kabulü TYT olarak adlandırılan merkezi sınav sistemi ile yapılmaktadır. Öğrenciler, öğrenim görmek istedikleri program tercihlerini bildirdikten sonra bu sınavdan aldıkları puana göre Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi tarafından ilgili programlara yerleştirilmektedir. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler, bazı derslerden belirli yönetmelikler çerçevesinde muaf olabilirler. Başka bir kurumda alınan dersin içeriğinin ÇOMÜ 'de verilen dersin içeriğine uygun olması ve ilgili meslek yüksekokulu müdürlüğü tarafından onaylanması durumunda, öğrenci bu dersten muaf tutulabilir. Bu programdan mezun olabilmek için öğrencilerin; Öğretim programlarındaki tüm derslerden 4.00 üzerinden en az 2.00 Genel Not Ortalamasına sahip olmaları ve 120 AKTS kredisi almaları zorunludur. Stajlarını belirtilen sürede ve özellikle tamamlamaları gerekmektedir (Genel not ortalaması yerel krediye göre hesaplanmaktadır. İşletmelerin üretmiş oldukları mal ve hizmetlerin etkin bir şekilde pazara sunulabilmesi için, gerekli planlama ve uygulamaları gerçekleştirebilecek, değişen pazar şartlarının gerektirdiği mesleki bilgi ve becerilerle donanmış, ülkemiz ve dünya işletmelerinin pazarlama ve satış uygulamalarında ihtiyaç duydukları meslek elemanlarının yetiştirilmesidir. Mezunların İstihdam Olanakları Bu programdan mezun olan öğrenciler özel sektördeki tüm işletmelerin pazarlama ve satış departmanlarında çalışabilirler. Mezunlar "pazarlama meslek elemanı" unvanını alarak piyasanın ihtiyacı olan pazarlama sorumlusu, müşteri ilişkileri sorumlusu pozisyonlarında görev yapabilmektedirler.

6. Programın Amacı

İş dünyasının beklentilerine cevap veren uygulamalı eğitim olanaklarını sağlayarak, sektörde aranan ve tercih edilen elemanlar yetiştirmek. Bu doğrultuda öğrencilere günümüz küresel rekabet dünyasında işletmelerin kendilerini tüm paydaşlarına doğru tanıtılmalarını sağlamada önemli bir silah olan halkla ilişkiler faaliyetlerini en doğru biçimde algılamalarına ve bilgilerini arttırmaya yönelik teorik bilgiler verilmekte, uygulamalı derslerle de öğrenciler iş

hayatına hazırlanmaktadır. Özellikle temel halkla ilişkiler ve tanıtım bilgilerinin yanı sıra pazarlama, işletme, ekonomi, girişimcilik, sosyal sorumluluk ve etik ile ve reklamcılık başta olmak üzere ilgili tüm beşeri ve teknik alanlarda kendini yetiştirmeye hevesli;

- Ekip ve proje çalışmalarına yatkın;
- İnsan ilişkileri ve iletişime azami derecede önem veren;
- Girişimcilik ruhuna sahip;
- Bilgisayar bilen (azami Office programları düzeyinde);
- Yabancı dil öğrenmeye önem veren öğrenciler yetiştirmeyi amaç edinmektedir.

Kurumsal aidiyetin yanı sıra bilimsel düşünce ve etik temel düsturundan hareketle girişimcilik, yenilikçilik, yaratıcılık, işbirliği, verimlilik, tanınırlık, ülkesine ve içinde bulunduğu coğrafyaya sahip çıkma bilinci, yaşam boyu öğrenme, bilimsel ve etik değerlere bağlılık ve saygı, eğitim ve araştırma faaliyetlerinde değişime açıklık, mükemmellik, kalite ve öz değerlendirme kültürünün geliştirilip yaygınlaştırılması programımızın amacını oluşturmaktadır.

7. Programın Hedefi

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesinin temel hedefleri arasında yer alan: “Kalite odaklı, yenilikçi ve girişimci bir üniversite olmak” düsturundan hareketle Ezine Meslek Yüksek Okulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Pazarlama Programının hedefi; seyahat sektörünün ihtiyaç duyduğu ara eleman gereksinimi karşılamaktır. Bölümümüz bu faaliyetleri çerçevesinde ayrıca:

- İş dünyasının beklentilerine cevap veren uygulamalı eğitim olanaklarını sağlayarak, sektörde aranan ve tercih edilen elamanlar yetiştirmeyi,
- Kurum kültürünün geliştirilmesini,
- Bu doğrultuda yapılacak bilimsel çalışma ve eğitim faaliyetlerine ev sahipliği yapmayı,
- Ulusal ve uluslararası benzer eğitim programları ile koordinasyonu sağlamayı,
- Bölgenin ihtiyaçları doğrultusunda faaliyetler gerçekleştirmeyi,
- İç ve dış paydaşlar ile etkin ve verimli bağlantılar içerisinde olmayı,
- Kamu ve özel sektör arasında köprü vazifesi olmayı,
- Bu minvalde sahip olduğu akademik kadrosunu geliştirerek tam zamanlı öğretim kadrosunun nicelik ve niteliğini öngörülen oranda arttırmayı,
- Eğitim öğretim sürecini sürekli geliştirmeyi,
- Sertifika, yaşam boyu öğrenme, hizmet içi eğitim hizmetleri sunmayı,
- Sergi, konferans, etkinlik, fuar katılımı vb. topluma erişim sosyal faaliyetleri düzenlemeyi,

- Öğrenci merkezli eğitim anlayışını geliştirmeyi,
- Öğrenme altyapısının teknolojik ve pedagojik yönleriyle gelişimini sağlamayı,
- Öğrencilerin staj faaliyetleri ile eğitim süreçleri ve iş dünyasının gerçekleri arasında köprü kurmayı,
- Toplumsal hizmet sorumluluğunu eğitim ve araştırma etkinliklerinin devamı olarak kurum kültürüne taşımayı da hedeflemektedir.

8. Kazanılan Derece

Halkla İlişkiler ve Tanıtım programını tamamlayan öğrenciler bu alanda ön lisans diploması almaya hak kazanmaktadırlar. Bu programdan mezun olabilmek için öğrencilerin; öğretim programlarındaki tüm derslerden 4.00 üzerinden en az 2.00 genel not ortalamasına sahip olmaları ve 120 AKTS kredisi almaları zorunludur. Ayrıca stajlarını belirtilen sürede ve özellikle tamamlamaları gerekmektedir. Genel not ortalaması ise yerel krediye göre hesaplanmaktadır.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programını bitiren öğrenciler önlisans diploması almakla birlikte “Halkla İlişkiler ve Tanıtım Meslek Elemanı” unvanını almaya hak kazanmaktadır.

9. Öğrencilerin Programı Seçerken Sahip Olması Gereken Yetkinlikler

Analitik düşünebilen, sayısal yetkinliklere sahip, bireysel ve çevresel farkındalığa sahip, empati yeteneği güçlü, eksikleri fark edebilen ve sorunlara çözüm önerileri geliştirebilen, girişken bir ruha sahip olan, iletişim yeteneği kuvvetli ve özgüveni yüksek, belirsizliklere katlanabilen, mücadeleci ruha sahip, sabırlı, okumaktan ve yeni şeyler öğrenmekten zevk alan, yeniliklere ve değişime açık olan, aynı zamanda yenilikleri de takip eden, günümüz dünyasında her sektördeki güncel gelişmelere mikro ve makro düzeyde ilgi duyan bireylerin programımızı tercih etmesi beklenmektedir.

10. Öğrencilerin Sahip Olacağı Yetkinlikler

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı meslek elemanı aday öğrencilerimize sürekli değişen ve gelişen bilgi sistematiği konuları ile ilgili gerekli eğitim ve öğretimin verilmesini sağlamak amacıyla, alanında uzman kişiler ile işbirliği yaparak seminer, panel ve konferanslar düzenlenmekte ve işletmelerin ziyaretlerine gidilmektedir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programından mezun olan öğrenciler kamu ve özel sektör işletmelerinde Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanında iş imkânı bulabilmektedir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programını başarı ile tamamlayan mezunlarımız, kamu kurumları ve özel sektör işletmelerinin halkla ilişkiler departmanlarında, halka ilişkiler danışmanlık şirketlerinde, enformasyon bürolarında, Halkla İlişkiler ve Tanıtım meslek elemanı olarak görev alabilmektedir. Ayrıca reklam ajanslarında ve medya kuruluşlarında çalışabilmektedirler.

11. Mevcut Öğrenci Profili

Bir önlisans programı olan Yüksekokulumuz Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü yoğunlukla

Balıkesir, Bursa, Çanakkale, Edirne, İstanbul, İzmir, Kırklareli, Manisa, Tekirdağ illerinden ve bu illerin ilçelerinden gelen anadolu ve meslek lisesi mezunları tarafından tercih edilmektedir. Ancak ülkenin farklı ilçelerinden de gelen öğrenciler mevcuttur.

12. Mezunların Mesleki Profili

Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Pazarlama programı mezunları kamu kurumlarında, özel işyerlerinde, sivil toplum kuruluşlarında veya yasal şartları sağladıktan sonra kendi işyerlerini açıp çalışabilmektedirler. Programımızı başarıyla tamamlayan öğrenciler çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin halkla ilişkiler departmanlarında iş imkanlarına sahip olabilmekte, ayrıca; kendi işletmelerini kurma ve yönetme becerilerine de sahip olmaktadır. Öğrencilerimiz, kamu kurumlarında da çeşitli iş olanaklarını elde edebilmektedir.

13. Programımızın Paydaşları

Programımızın gelişebilmesi, eğitim kalitesini artırabilmesi, çağdaş ve modern eğitim teknolojileri ile donatılabilmesi ve verdiği mezunların sektörde aranan birer elemanlar olabilmeleri ancak tüm paydaşlarının desteği ile mümkün olabilmektedir. Bu amaçla, iç ve dış paydaşlarımızı belirleyerek, belirli periyotlarda görüşmeler ve toplantılar yaparak onların görüş ve fikirlerini de dikkate alacak şekilde stratejilerimizi belirlemekteyiz. Yine sektördeki gelişmeleri yakından takip ederek gerekli görüldüğü durumlarda hedeflerimizi ve eğitim planlarımızı değişimlere ayak uyduracak şekilde güncellemekteyiz. Programımızın bu kapsamda paydaşları şu şekilde belirlenmiştir:

- Valilik, Kaymakamlık, Belediye ve diğer resmî kuruluşlar,
- Yüksek Öğretim Kurulu,
- Üniversitelerarası Kurul,
- Ulusal ve Uluslararası Eğitim ve Araştırma Kurumları,
- Özel Sektör Kuruluşları (Konaklama, Seyahat, Yiyecek-İçecek, Ulaşım İşletmeleri vb.),
- Sivil Toplum Kuruluşları,
- Turizm alanında eğitim veren diğer fakülte ve yüksekokullar,
- Akademik personelimiz ve aileleri,
- İdarî personelimiz ve aileleri,
- Öğrencilerimiz ve aileleri,
- Mezunlarımız.

14. Merkezi Yerleştirme Puanlarımız, Kayıtlı Ve Mezun Öğrenci Sayılarımız

Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Pazarlama Programı, ÖSYM sınav yönetmeliğinde belirtildiği üzere TYT puan türüne göre öğrenci almaktadır. Son 3 yıldaki programımıza yerleşen, kayıtlı ve mezun öğrenci istatistikleri aşağıdaki tablolarda belirtilmiştir.

Tablo 1. Öğretim Elemanı Başına Düşen Öğrenci Sayısı

Programda Aktif Öğrenci Sayısı 157/ Kadrolu Öğretim Elemanı Sayısı 2	78
-------------------------------------------------------------------------	----

Tablo 2. Programa Merkezi Yerleştirme Sınavıyla Kayıt Olan Öğrenci Sayısı

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2019	2
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2020	2
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2021	3

Tablo 3. Son 3 Yıla Ait Merkezi Yerleştirme Sınavı Puanlarımız

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı	Taban Puan
ÖRGÜN 2019 YKS- TYT	195,91171
ÖRGÜN 2020 YKS- TYT	195,52329
ÖRGÜN 2021 YKS- TYT	171,57896

Tablo 4. Öğretim Elemanı Başına Düşen Öğrenci Sayısı

Programda Aktif Öğrenci Sayısı 51/ Kadrolu Öğretim Elemanı Sayısı 2	25
------------------------------------------------------------------------	----

Tablo 5. Programa Merkezi Yerleştirme Sınavıyla Kayıt Olan Öğrenci Sayısı

Pazarlama Programı 2019	13 + 2 Ek Kont. + 0 Yatay Geçiş	15
Pazarlama Programı 2020	9 + 3 Ek Kont. + 0 Yatay Geçiş	12
Pazarlama Programı 2021	3+13 Ek Kont. + 0 Yatay Geçiş	16

Tablo 6. Son 3 Yıla Ait Merkezi Yerleştirme Sınavı Puanlarımız

Pazarlama Programı	Taban Puan
ÖRGÜN 2019 YKS- TYT	172,74891
ÖRGÜN 2020 YKS- TYT	190,06693
ÖRGÜN 2021 YKS-TYT	189,00356

15.Programda Kadrosu Bulunan Öğretim Elemanlarının Dağılımı

Tablo 7. Programdaki Öğretim Elemanlarının Unvan ve Yaş Dağılımı

Akademik Unvan	Yaş					
	30-40		40-50		50-55	
	K	E	K	E	K	E
Doç.Dr.			1			
Öğr. Gör.	1					

Tablo 8. Öğretim Kadrosunun Ders Yükü Dağılımlarına Yönelik İstatistikler

Akademik Unvan	Ad ve Soyadı	En Az	Mevcut Ders Yükü
Doçent Doktor	Hicran Özlem Ilgın	10	15
Öğretim Görevlisi	Şaziye Ceren Ulupınar	12	16

Tablo 9. Öğretim Kadrosunun Tamamlanan Veya Halen Devam Etmekte Olan Projeleri

Akademik Unvan- Ad, Soyad	BAP, TÜBİTAK, GMKA, AB, BM vb. Proje Sayısı	Proje Kapsamında Görevi
Doç. Dr. Hicran Özlem IILGIN	-	-
Öğretim Görevlisi Şaziye Ceren Ulupınar	1	BAP- Yüksek lisans tezi- Tamamlandı

Tablo 10. Öğretim Kadrosunun Analizi

ÖĞRETİM KADROSU			DENEYİM YILI			Etkinlik düzeyi (Yüksek, Orta, Düşük, Yok)		
Akademi k Unvan	Son Mezun Olduğu Kurum ve Yılı	Halen Öğrenim Görüyors a Hangi Aşamada Olduğu	Kam u Özel Sektö r	Kaç Yıldır Bu Kurumd a	Öğreti m Elema nı Süresi	Meslek Kuruluşların da	Kamu ve Özel Sektöre verilen Danışmanlı k	Araştırma da
Doç.Dr.	İstanbul Aydın Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Doktora 2018	-	23	2,5	2,5	Yok	Yok	Orta
Öğretim Görevlisi	COMÜ- Çalışma Ekonomisi ve End. İlişkileri- Yüksek	-	1	2,5	2,5	Yok	Yok	Orta

	Lisans-2017							
--	-------------	--	--	--	--	--	--	--

Tablo 11. Programdaki Öğretim Elemanlarının Unvan ve Yaş Dağılımı

Akademik Unvan	Yaş					
	30-40		40-50		50-55	
	K	E	K	E	K	E
Dr.Öğr.Üyesi	1					
Öğr. Gör.				1		

Tablo 12. Öğretim Kadrosunun Ders Yükü Dağılımlarına Yönelik İstatistikler

Akademik Unvan	Ad ve Soyadı	En Az	Mevcut Ders Yükü
Dr. Öğretim Üyesi	Bilge ÇAVUŞGİL KÖSE	5	25
Öğretim Görevlisi	Mustafa İlker GÜLCEMAL	12	12

Tablo 13. Öğretim Kadrosunun Tamamlanan Veya Halen Devam Etmekle Olan Projeleri

Akademik Unvan- Ad, Soyad	BAP, TÜBİTAK, GMKA, AB, BM vb. Proje Sayısı	Proje Kapsamında Görevi
Dr. Öğretim Üyesi Bilge ÇAVUŞGİL KÖSE	2	Doktora Tezi- Trakya Üniversitesi - Araştırmacı/Tamamlandı BAP- Trakya Üniversitesi Araştırmacı/Tamamlandı
Öğretim Görevlisi Mustafa İlker GÜLCEMAL	-	-

Tablo 14. Öğretim Kadrosunun Analizi

ÖĞRETİM KADROSU			DENEYİM YILI			Etkinlik düzeyi (Yüksek, Orta, Düşük, Yok)		
Akademi k Unvan	Son Mezun Olduğu Kurum ve Yılı	Halen Öğrenim Görüyors a Hangi Aşamada Olduğu	Kam u Özel Sektö r	Kaç Yıldır Bu Kurumd a	Öğreti m Elema nı Süresi	Meslek Kuruluşların da	Kamu ve Özel Sektöre verilen Danışmanlı k	Araştırma da
Dr. Öğretim Üyesi	Trakya Üniversitesi İşletme	-	14	4	13	-	-	Orta

	Doktora 2015							
Öğretim Görevlisi	Ankara Üniversite si Sosval Bilimler Enstitüsü İnsan İlişkileri 2014	-	18	4	6	Yok	Yok	Düşük

Tablo 15. Öğretim Elemanlarının Akademik Yayınlarına Yönelik İstatistikler

Akademik Unvan Ad,Soyad	Uluslararası + Ulusal Hakemli Dergi, Kongre, Sempozyum vb. Yayınlanan Makale, Bildiri Sayısı	Kitap ve Kitap Bölümü Ansiklopedi Maddesi
Dr. Öğretim Üyesi Bilge ÇAVUŞGİL KÖSE	3	2
Doç. Dr. Hicran Özlem ILGIN	6	3
Öğretim Görevlisi Ş. Ceren ULUPINAR	1	4
Öğretim Görevlisi M. İlker GÜLCEMAL	-	-

15. Program SWOT Analizi

Programımızın eğitim, öğretim ve yönetim faaliyetleri değişik açılardan incelenerek güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme;

- Eğitim-öğretim,
- 4 yarıyıllık 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.

15.1. Programın Güçlü Yönleri

- Çanakkale merkeze en yakın ilçelerinden birinde bulunmamız,
- Ezine Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi, KOSGEB, İŞKUR ve Güney Marmara Kalkınma

Ajansı gibi istihdam yaratan kurumlarla işbirliği halinde bulunmamız,

- Ezine Belediyesi ve Kaymakamlığı ile güçlü ikili ilişkilerde bulunmamız,
- 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,
- Konferans salonumuz ve bilgisayar laboratuvarına sahip olmamız,
- Her sınıfta beyaz tahta, projeksiyon bulunması,
- Bölümde öğrencilerin akademik gelişiminin yanı sıra sosyal yönlerini de geliştirmeye yönelik topluluk çalışmalarının yapılması,
- Bölümün kalite güvencesi kapsamında yaptığı çalışmalar ile düzenli olarak ders planlarının güncellenmesi ,
- Bölümün kalite güvencesi kapsamında iç ve dış paydaşlarla ilişkilerini güçlendirmesi,
- Üniversitemizin YÖKAK tarafından Kurumsal Akreditasyon Sertifikası almış olması.

15.2. Programın Zayıf Yönleri

- Meslek yüksekokulunun en çok tercih edilen bölümlerinden birine sahip olmamız nedeniyle akademik kadronun genişletilmesi ihtiyacı,
- Bilimsel ya da sanayi odaklı proje gerçekleştirme ve bunlara öğrencileri dahil etme eksikliği,
- Öğrencilerin yeterince yabancı dil bilmemesi ve bu nedenle Fulbright, Erasmus gibi programlar ile ikili ilişkilerin gerçekleştirilememesi,
- Dersliklerde internete bağlanamama sorunu nedeniyle şirketlerin güncel kurumsal web adreslerini analiz etme konusunda yaşanan sıkıntılar,
- İnternet destekli ve sanal gerçeklikten yoksun eğitim sistemi,
- Uluslararası çalışmalarda akademik personele yeterince ekonomik destek verilmemesi,
- Öğrencilerin matematiksel becerilerinin zayıf olması.

15.3. Fırsatlar

- Ezine ilçesine kurulacak olan gıda ihtisas organize sanayi bölgesi kapsamında öğrencilerimiz için yeni staj ve iş istihdam olanaklarının yaratılacak olması
- Üniversitemizin YÖKAK tarafından iki yıllık Kurumsal Akreditasyon Sertifikası almış olması ve bunun beş yıllık olarak devam ettirilebilmesi için çalışmaların aralıksız sürdürülmesi
- Programımız öğretim elemanlarının güncel mevzuata hakim olması ve üniversite-sanayi,üniversite- kamu ilişkilerinin geliştirebilme potansiyelinin var olması,
- 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,

15.4. Tehditler

- İlçede kredi yurtlar kurumuna bağlı bir devlet yurdunun bulunmaması
- İlçedeki öğrenci yurtlarının kapasitelerinin ve imkanlarının yetersizliği
- İlçede öğrencilerin akademik ve sosyo-kültürel gelişimini destekleyecek ortamın yetersizliği
- Potansiyel öğrencilerimizin il dışındaki vakıf üniversitelerini tercih etmeleri,
- Öğrencilerin liseden gelen alışkanlıklarını devam ettirmeleri, ders geçmek amaçlı ezbere eğitime öğretim elemanlarını yönlentmeye çalışmaları,
- Öğrencilerin gerçekleştirilen oryantasyon ve iş güvenliği eğitimlerini dikkate almamaları,
- Öğrencilerin derslerde ses kaydı alması, kitap, defter, ders notu olmadan derse gelmesi, sınavları kimliksiz, kalemsiz, silgisiz katılmaya çalışmaları, sorumsuz davranışlarının süreklilik arz etmesi.

16. SWOT Matrisi

Tablo 10. SWOT Matrisi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
<ul style="list-style-type: none">• Okulumuzun yeterli fiziki imkanlara (sınıf, kütüphane, konferans salonu, bilgisayar laboratuvarı, kantin, spor alanları) sahip olması,• Program eğitim planlarının güncellenmiş olması ve dinamik bir yapıda olması,• Teorik derslerin yanında uygulamalı derslerin de bulunması,• Bilgisayar laboratuvarında programlar özelinde ihtiyaç duyulan otomasyon programlarının varlığı ve etkin olarak kullanılabilir olması,• Uygulamalı eğitim sonucunda başarılı olan öğrencilere otomasyon programının yazılım firması tarafından eğitim sertifikasının verilmesi,• Bölüm bazında azami akademik personel sayısının sağlanmış olması,	<ul style="list-style-type: none">• Ezine ilçe merkezinde ve çevresinde Kredi Yurtlar Kurumuna ait bir yurdun bulunmaması ve bundan kaynaklanan barınma sorunları,• Yüksekokulumuzun şehir merkezine uzak olması nedeniyle zaman zaman ulaşım sıkıntısı yaşanması,• Ezine ilçesinin sosyal, kültürel ve eğlence imkânlarının kısıtlı olması,• Öğrencilerin merkez yerleşkeye fiziki ulaşım imkanlarının görece sınırlı olması nedeniyle merkez yerleşke imkanlarından faydalanamamaları,• Üniversitemiz merkez yerleşkesine ulaşım maliyetlerinin öğrenciler için yüksek olması nedeniyle merkez yerleşkede gerçekleştirilen çeşitli organizasyonlara yeterli katılım

<ul style="list-style-type: none"> • Akademik kadronun tamamının sektörel tecrübeye sahip olması, • Yüksekokulumuzda akademisyen, öğrenci, idari personel iletişiminin güçlü olması, • Mezun öğrencilerimizin Dikey Geçiş Sınavı ile lisans eğitimlerine devam edebilme imkanı, • Gerek yüksekokulumuzun gerekse bölümümüzün öğrenci odaklı eğitimi esas alması, • Yüksekokulumuzda ders dışı etkinlik ve faaliyetlerin düzenleniyor olması ve yönetim tarafından desteklenmesi, • Bölümümüz öğrencilerinin, sosyal sorumluluk faaliyetlerine katılması, • Öğretim elemanlarımızın, öğrencilerin eğitsel, sosyal ve kültürel sorunlarıyla olduğu kadar kişisel sorunlarıyla da ilgilenme ve onlara rehberlik etme bilincine sahip olması, • Dış paydaşlarla güçlü iletişim ve işbirliği içerisinde bulunulması. 	
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"> • Çanakkale Boğaz Köprüsü'nün ulaşım açılmasıyla mevcut ulaşım ağının gelişmesi, • Çanakkale ilinin coğrafi konumu, tarihi ve kültürel dokusu ile her geçen gün daha çekici bir bölge olması, • Bölgenin güvenli ve huzurlu yapısı, • Bölümümüz öğretim elemanlarının alanlarında yeterli bilgi, donanım ve deneyime sahip olması, • Öğrencilerimizin staj yaptıkları işletmelerde gösterdikleri başarıların, onların sektörde tercih edilmelerini sağlaması, • Üniversitemizde yürütülmekte olan kalite akreditasyon çalışmaları, • Çanakkale ilimizde yer alan, Troya Antik Kenti'nin UNESCO Dünya Miras Listesi'ndeki 19 adet varlığımız içinde yer alması, • Ayrıca Ezine Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesinin faaliyete geçmesiyle bölgede ticari işletme sayısı ve nüfus artışı yanında turizm anlamında da hareketlilik beklenmesi, bu durumda turizm sektörüne yönelik yatırımların artması ve işgücü ihtiyacının ortaya çıkması, 	<ul style="list-style-type: none"> • Son birkaç yıldır tüm dünyayı olumsuz yönde etkileyen pandemiden en fazla turizm sektörünün zarar görmesi nedeniyle sektörde istihdam ve ekonomik anlamda sıkıntıların yaşanması, • Ülkemizin konumu itibarıyla yaşanan uluslararası sorunlardan olumsuz etkilenmesi ve bunun da turizm talebine yansması, • İlçede öğrencilerin akademik ve sosyo-kültürel gelişimini destekleyecek ortamın yetersizliği, • Hızlı değişen teknolojiye uyum sağlama konusunda olumsuzluk yaratan mevcut altyapı eksiklikleri,

17. Programımızın Misyon, Vizyon ve Temel Değerlerinin Belirlenmesi

17.1.Ezine Meslek Yüksek Okulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Misyonu

Endüstri 4.0'ın gerektirdiği çağdaş görgü ve bilgi düzeyine ulaşmak için özgün değerlere sahip, araştırmacı bir akademik kadro anlayışıyla çağdaş öğretim teknikleri kullanarak toplumsal değerlere saygılı yenilikçi girişimlere imza atacak nitelikli girişimciler ile sanayi, özel sektör, kamu ve STK'ların nitelikli ara eleman ihtiyacı karşılamak bilimsel bilgi ışığında, evrensel düşünce ve değerler ile donatılmış, mesleki yeterliliğe ve özgüvene sahip nitelikli meslek elemanı yetiştirmek.

17.2.Ezine Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programının Vizyonu

Pazarlama bilimi ve iş dünyasındaki güncel gelişmeleri takip ederek bunu eğitim ve öğretim programına yansıtan çağdaş, yaratıcı ve yenilikçi yapısı ile tercih edilen bir bölüm olmak. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı; toplumsal sorumluluk hedefiyle iletişim alanında becerileri yüksek düzeyde gelişmiş ve dijital iletişim dünyasına her açıdan uyum sağlamış halkla ilişkiler teknikerleri yetiştirmeyi hedeflemektedir.

17.3. Programımızın Vizyon ve Misyonunu Oluşturan Temel Amaçlar

Kurumsal aidiyetin yanı sıra bilimsel düşünce ve etik temel düsturundan hareketle;

- Eğitim, öğretim ve araştırma kalitesi ile tercih edilen;
- Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere duyarlı, toplumun ve sektörün beklentilerine uygun meslek elemanı yetiştiren;
- Analiz ve sentez yeteneği olan,
- Bilgiyi işin gereklerine göre dönüştürebilen,
- Problem çözme yeteneğine sahip,
- Kendine güvenen bireyler yetiştiren,
- Günün değişen bilgi teknolojilerine ayak uydurabilen yeniliklere açık bir program olmaktır.

17.4. Programın Misyon ve Vizyonunu Oluşturan Temel Değerler

- Üniversitenin temel değerlerine, misyon ve vizyonuna bağlı olmak,
- Atatürk ilke ve inkılâplarına uygun bir eğitim anlayışı benimsemek,
- Din, dil, ırk, milliyet ve düşünce farklılığını gözetmeksizin eşitlikçi bir tutum benimsemek,
- Kurumsal uyum ve dayanışma anlayışı içerisinde hareket etmek,
- Anayasa başta olmak üzere ulusal ve uluslararası temel hukuk normları, insan hakları ile yükseköğretim mevzuatına uygun bir biçimde görevini yerine getirmek,
- Mesleki mevzuattaki değişiklikleri takip etmek,

- Bilimsel gelişmelere duyarlı ve yeniliklere açık olmak,
- Programlar arası etkileşim ve dayanışmaya önem vermek,
- Zamanı verimli kullanarak yüksek performans sağlamak ve mükemmelliği yakalamaya çalışmak,
- Çalışmaktan, doğruluktan ve dürüstlükten taviz vermemek.

18. Sorunlara Çözüm Önerileri Getirilmesi ve Uygun Stratejilerin Geliştirilmesi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümüne ait SWOT analizleri sonucunda tespit edilen zayıf/kuvvetli yönler ve programın önündeki fırsatlar/tehditler dikkate alınarak önümüzdeki 2021-2025 Akademik Yılı için uygulanması düşünülen stratejiler geliştirilmiştir. Bu kapsamda en temel çözüm önerileri ve belirlenen stratejiler kısaca aşağıda bilgilerinize sunulmuştur:

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

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

Strateji 3: Tüm paydaşlarla ilişkilerin geliştirilmesine yönelik yeni faaliyetler geliştirmek

Strateji 4: Eğitimin kalitesinin yükselmesi ve öğrencilerimizin eğitimden daha fazla istifade edebilmeleri için akademik personelin kendi uzmanlık alanında ders vermesi sağlanarak adaletli bir ders paylaşımı yapılması

Strateji 5: Öğretim elemanlarının derslerinin sabit hale getirilmesi

Strateji 6: Öğretim elemanlarının ders anlatım tekniklerini geliştirerek uygulamaya ağırlık verilmesi

Strateji 7: Rakip programlarla gereken karşılaştırmaların yapılarak varsa yeni önerilerin getirilmesi

Strateji 8: Bölgesel seminer, kongre, sempozyum ve fuarlarda öncü meslek yüksekokulları arasında yer almak için çalışmaların gerçekleştirilmesi

Strateji 9: Öğrencilerin, teknik gezi, kongre vb. etkinliklere katılımının daha fazla teşvik edilerek piyasa uygulamalı eğitimin desteklenmesi

Strateji 10: 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 11: Program mezunlarımız ile iletişimin kopmaması ve mezuniyet sonrası durumlarını takip edebilmek amacıyla Mezun Öğrenci Veri Tabanı veya Mezun Yönetim Sisteminin oluşturularak ilişkilerin devamlılığının sağlanması

Strateji 12: Öğretim elemanlarının katkıda bulunduğu bilimsel faaliyetlerin teşvik edilip yaygınlaştırılması

Strateji 13: Öğrencilere yükseköğretim bünyesinde sağlanan sosyo-kültürel olanakların artırılması ve öğrencilerin katılımının sağlanması

Strateji 14: Öğrenciler ve akademik personel için Fulbright, Erasmus, Da Vinci, Farabi gibi değişim ve hareketlilik programları desteklenerek bu hususta imkân ve işbirliklerinin artırılması

19. Mevcut 4 Yarıyıllık Öğretim Programı ve Ders İçerikleri

Aşağıda Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü 4 yarıyılı kapsayan öğretim programı ve ders içerikleri yer almaktadır.

Tablo 11. Öğretim Planı

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERS PLANI

I.YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	Z/S	T	U	K	AKTS
	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I	Z	2	0	2	2
	Türk Dili I	Z	2	0	2	2
	Yabancı Dil I (İngilizce)	Z	2	0	2	2
	Halkla İlişkiler I	Z	3	0	3	4
	İletişim I	Z	2	1	3	3
	Genel İşletme	Z	3	0	3	3
	Mikro Ekonomi	Z	3	0	3	4
	İş Sağlığı ve Güvenliği	Z	2	0	2	2
	Kariyer Planlama	Z	2	0	2	2
Toplam			21	1	22	24
1. DÖNEM SEÇMELİ DERSLER						
Alan seçmeli	*Sosyal Sorumluluk ve Etik	S	2	0	2	2
Alan seçmeli	*Sosyal Davranış Kuralları ve Protokol	S	2	0	2	2
	*Genel Kültür Seçmeli	S	2	0	2	2
Toplam			25	1	26	30

II.YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	Z/S	T	U	K	AKTS
	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II	Z	2	0	2	2
	Türk Dili II	Z	2	0	2	2
	Yabancı Dil II (İngilizce)	Z	2	0	2	2
	Halkla İlişkiler II	Z	3	0	3	5

	İletişim II	Z	2	1	3	4
	Pazarlama İlkeleri	Z	3	0	3	5
	Temel Bilgi Teknolojileri	Z	2	1	3	4
Toplam			16	2	20	24
2. DÖNEM SEÇMELİ DERSLER						
Alan Seçmeli	*İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*İletişim Hukuku	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Medya ve İletişim Ekonomisi	S	2	0	2	2
	**Beden Eğitimi	S	1	1	2	2
	**Güzel Sanatlar	S	1	1	2	2
	* Genel Kültür Seçmeli	S	2	0	2	2
Toplam			21	3	25	30

*Seçmeli derslerden toplam 4 AKTS'lik 2 ders seçilecektir.

III.YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	Z/S	T	U	K	AKTS
	Halkla İlişkiler Uygulamaları	Z	2	1	3	6
	Reklamcılık	Z	2	1	3	6
	Staj	Z	0	0	0	8
Toplam			4	2	6	20

3. DÖNEM SEÇMELİ DERSLER

Alan seçmeli	Sürdürülebilirlik ve Halkla İlişkiler	S	2	0	2	2
Alan seçmeli	*Davranış Bilimleri	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Araştırma Yöntem ve Teknikleri	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Girişimcilik	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Medya Yönetimi ve Planlama	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Müşteri İlişkileri Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Kurumsal Kimlik	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Halkla İlişkilerin Çevresi ve Donanımı	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Halkla İlişkiler Ortam ve Araçları	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Halkla İlişkiler Yazarlığı	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Grafik ve Tasarım	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*İnsan Kaynakları Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Kriz Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Satış Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Göstergebilim	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Dijital Pazarlama	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*İletişim Sosyolojisi	S	2	0	2	2
	* Genel Kültür Seçmeli	S	2	0	2	2
Toplam			14	2	16	30

*Seçmeli derslerden toplam 10 AKTS'lik 5 ders seçilecektir. (TOPLAM 8 DERS)

IV.YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	Z/S	T	U	K	AKTS
	Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar	Z	2	1	3	6

	Reklamcılık Uygulamaları	Z	2	1	3	6
	Marka Yönetimi	Z	3	0	3	4
	Tüketici Davranışları	Z	3	0	3	4
Toplam			10	2	12	20

4. DÖNEM SEÇMELİ DERSLER						
Alan Seçmeli	*Kampanya Planlaması	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Pazarlama Araştırması	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Yeni Medya ve Hakla İlişkiler	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Kongre ve Fuar Organizasyonu	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Yönetim ve Organizasyon	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Halkla İlişkiler Ortam Araçları ve Uygulamaları	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Sponsorluk	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Siyasal İletişim ve Kampanyalar	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Kamuoyu ve Propaganda	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Kriz İletişimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Fotoğrafçılık	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Toplam Kalite Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Yönetim Prensipleri	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Girişimcilik Uygulamaları	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Konuşma Sanatı	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Medya Sosyolojisi	S	2	0	2	2
	* Genel Kültür Seçmeli	S	2	0	2	2
Toplam			20	2	22	30

*Seçmeli derslerden toplam 10 AKTS'lik 5 ders seçilecektir. (TOPLAM 9 DERS)

PAZARLAMA PROGRAMI DERS PLANI

I.YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	Z/S	T	U	K	AKTS
	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I	Z	2	0	2	2
	Türk Dili I	Z	2	0	2	2
	Yabancı Dil I (İngilizce)	Z	2	0	2	2
	Pazarlama İlkeleri	Z	3	1	4	4
	İletişim	Z	2	1	3	3
	Genel İşletme	Z	3	0	3	3
	Mikro Ekonomi	Z	3	0	3	4
	İş Sağlığı ve Güvenliği	Z	2	0	2	2
	Kariyer Planlama	Z	2	0	2	2

Toplam			21	2	23	24
---------------	--	--	-----------	----------	-----------	-----------

1. DÖNEM SEÇMELİ DERSLER						
Alan seçmeli	*Sosyal Sorumluluk ve Etik	S	2	0	2	2
Alan seçmeli	*Genel Muhasebe	S	2	0	2	2
	*Genel Kültür Seçmeli	S	2	0	2	2
Toplam			25		27	30

II.YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	Z/S	T	U	K	AKTS
	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II	Z	2	0	2	2
	Türk Dili II	Z	2	0	2	2
	Yabancı Dil II (İngilizce)	Z	2	0	2	2
	Pazarlama Yönetimi	Z	3	1	4	5
	Pazarlama İletişimi	Z	2	1	3	5
	Dijital Pazarlama	Z	3	0	3	5
	Temel Bilgi Teknolojileri	Z	2	1	3	3
Toplam			16	3	19	24

2. DÖNEM SEÇMELİ DERSLER

Alan Seçmeli	*İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Halkla İlişkiler	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Sponsorluk	S	2	0	2	2
	**Beden Eğitimi	S	1	1	2	2
	**Güzel Sanatlar	S	1	1	2	2
	*Genel Kültür Seçmeli	S	2	0	2	2
Toplam			23	4	27	30

*Seçmeli derslerden toplam 6 AKTS'lik 3 ders seçilecektir.
(TOPLAM 11 DERS)

III.YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	Z/S	T	U	K	AKTS
	Satış Yönetimi	Z	2	1	3	5
	Reklamcılık	Z	2	1	3	5
	Staj	Z	0	0	0	8
Toplam			4	2	6	18

3. DÖNEM SEÇMELİ DERSLER

Alan seçmeli	*Sürdürülebilirlik ve Pazarlama	S	2	0	2	2
Alan seçmeli	*Davranış Bilimleri	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Araştırma Yöntem ve Teknikleri	S	2	0	2	2

Alan Seçmeli	*Girişimcilik	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Hizmet Pazarlaması	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Müşteri İlişkileri Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Kurumsal Kimlik	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*İnovasyon ve Proje Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Deneyimsel Pazarlama	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Uluslararası Pazarlama	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Tedarik Zinciri Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*İnsan Kaynakları Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Kriz Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*İletişim Sosyolojisi	S	2	0	2	2
	*Genel Kültür Seçmeli	S	2	0	2	2
Toplam			16	2	18	30

*Seçmeli derslerden toplam 12 AKTS'lik 6 ders seçilecektir. (TOPLAM 9 DERS)

IV.YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	Z/S	T	U	K	AKTS
	Çağdaş Pazarlama Teknikleri	Z	2	1	3	5
	Reklamcılık Uygulamaları	Z	2	1	3	5
	Marka Yönetimi	Z	3	0	3	4
	Tüketici Davranışları	Z	3	0	3	4
Toplam			10	2	12	18
Alan Seçmeli	*Pazarlama Araştırması	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Turizm Pazarlaması	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*İhracat Teknikleri	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Kongre ve Fuar Organizasyonu	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Yönetim ve Organizasyon	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Kriz İletişimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Toplam Kalite Yönetimi	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Yönetim Prensipleri	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Girişimcilik Uygulamaları	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Konuşma Sanatı	S	2	0	2	2
Alan Seçmeli	*Medya Sosyolojisi	S	2	0	2	2
	*Genel Kültür Seçmeli	S	2	0	2	2
Toplam			22	2	24	30

*Seçmeli derslerden toplam 12AKTS'lik 6 ders seçilecektir. (TOPLAM 10 DERS)