

Birim Stratejik Plan Örneği: Ezine Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünün(2018-2022 Yılları Arası 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	2021B	2022 H	2022 B
Ulusal ve uluslararası kongre, sempozyum, çalıştay sayısı	-	-	1	-	1		1		1	
Yurtiçi destekli proje sayısı	1	-	1	-	1		1		1	
Yurtdışı destekli proje sayısı	-	-	-	-	1		1		1	
SSCI makale sayısı	-	-	-	-	-		1		1	
Girişimcilik ve inovasyon üzerine verilen eğitim sayısı	1	1	1	1	2		2		2	
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	-	1		2		2	
Oryantasyon eğitim sayısı	1	1	2	2	2		2		2	
Ders dışı düzenlenen saha çalışma sayısı	-	-	1	2	1		2		3	
İş yaşamına hazırlık kurs sayısı	-	-	1	-	1		1		1	
3+1 Sektörel staja giden öğrenci sayısı	-	-	-	-	-		-		3	
Değerlendirme: Anket	1		1							

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 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		2	
Sektörle Tanışma günleri/ziyaret sayısı	-	-	1	1	1		2		2	
Mezunlar Günleri sayısı	-	-	1	-	1		1		1	
Sektörel Teknik gezi sayısı	1	1	1	1	2		3		3	
Değerlendirme: Anket	1		1							

H: Hedeflenen; B: Başarılan