



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
GÖKÇEADA MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI

Mevcut Durum Analizi ve Stratejik Eylem Planı

Gökçeada – 2024

İÇİNDEKİLER

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

ŒEKİL VE TABLOLAR

Tablo 1. Programa Kayıtlı Öğrenci Sayısına Yönelik İstatistikler	8
Tablo 2. Programdan Mezun Olan Öğrenci Sayısına Yönelik İstatistikler	8
Tablo 3. Programa 2023 Yılında Merkezi Yerleştirme Sınavıyla Kayıt Olan Öğrenci Sayısı	8
Tablo 4. 2023 Girişli Öğrencilerin Derslere Devam Durumları	8
Tablo 5. 2023 Yılı Merkezi Yerleştirme Sınavı Puanlarımız	8
Tablo 6. Programdaki Öğretim Elemanlarının Dağılımı	9
Tablo 7. Öğretim Kadrosunun Analizi	9
Tablo 8. Öğretim Elemanı Başına Düşen Öğrenci Sayısı	9
Tablo 9. Öğretim Kadrosunun Ders Yüğü Dağılımlarına Yönelik İstatistikler	9
Tablo 10. Öğretim Elemanlarının Akademik Yayınlarına Yönelik İstatistikler	10
Tablo 11. Öğretim Kadrosunun Tamamlanan veya Halen Devam Etmekle Olan Projeleri	10
Tablo 12. Öğretim Elemanlarının Aldığı Burs ve Ödüller	10
Tablo 13. Öğretim Elemanlarının Marka, Tasarım, Patent Sayıları	10
Tablo 14. SWOT Matrisi Tablosu	12

1. Ön Bilgi

Bilimsel araştırmaların ve teknolojik gelişmelerin baş döndürücü bir hızla ilerlediği, faaliyetlerin her aşamasında araştırma faaliyetlerinin önem kazandığı bir dünyada yaşıyoruz. Günümüz işinin “bilgi işi”, iş yapma yönteminin esasını “bilgi işlemin oluşturduğu, bilginin en önemli “girdi” olarak belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıktığı ve insanlık tarihinin en önemli değişimlerinin yaşandığı bu kritik dönemde tüm kurumlar yeniden yapılanmak; amaçlarını ve hedeflerini buna göre belirlemek zorundadır. Bu dönüşüm ise ancak stratejik bir planlama ile mümkündür.

Günümüzde sayıları hızla artan kamu ve vakıf üniversiteleri de dikkate alınarak sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmak, girişimci ve yenilikçi üniversitelerin başında yer almak amacıyla Meslek Yüksekokulumuz Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı Stratejik Planı oluşturulma ihtiyacı duyulmuştur. Programa ait çıktıların değerlendirilmesi için SWOT analizi yapılmıştır. Bu analiz doğrultusunda zayıf ve kuvvetli yönler tespit edilerek tehditlerin fırsata dönüştürülmesi, ilgili stratejilerin etkinliği ve yeni strateji ihtiyaçları gözden geçirilmiştir. Yapılan değerlendirmeler ışığında geçmişte kalmış ve güncellenmemiş tekniklerden ziyade geleceğe hitap edecek bir “Halkla İlişkiler ve Tanıtım” programı öğretim planı tasarlanması ve programın bölgemizdeki potansiyel öğrenci kitlesine tanıtılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Son yıllarda rekabet ortamına uyum sağlama çabaları, kamuoyu baskısı ve tüketici davranışlarındaki değişimler, işletmelerin halkla ilişkilere daha fazla gereksinme duymalarına neden olmaktadır.

Modern pazarlamanın, kaliteli mal ve hizmet üreterek, uygun fiyattan satmak ve kolay ulaşılabilir olmaktan daha fazlasını gerektirmesi halkla ilişkilere olan ihtiyacı artırmaktadır. Artık halkla ilişkiler işletme ya da ürünün adının medyada para ödmeden yer alması olan ve duyuru olarak tanımlanan eski anlayışı aşarak, iyi bir kurumsal imaj yaratmak ve tanıtım tekniklerinden yararlanarak, işletmenin çeşitli kitlelerle diyalogunu geliştirmeyi hedefleyen anlam ve uygulamalar içermektedir.

Günümüzde basınla ilişkiler, spesifik ürünlerin duyurumunu amaçlayan ürün tanıtımı, iç ya da dış hedef kitleyle iletişim, firmanın daha iyi anlaşılmasını sağlamak için gerçekteştirilen kurumsal iletişim, yasa koyucu ve hükümet üyeleriyle iletişim sağlamak için yapılan lobicilik faaliyetleri, kamusal açıklamalar, işletmenin durumu ve imajı hakkında yönetime danışmanlık yapmak halkla ilişkilerin görev ve uygulamaları içinde yer almaktadır.

Kitle iletişim araçları ya da diğer iletişim kanallarıyla gerçekteştirilen olumlu açıklamaların, reklama oranla daha fazla kredibilitate (güvenilirlik) sağlaması, pazarlama iletişimi içinde halkla ilişkilere duyulan gereksinimi artırmaktadır.

Günümüzde artık pek çok işletme, iletişimin gerekli olup olmadığı sorusundan çok, nasıl ve ne kadar Halkla İlişkiler ve Tanıtım ile iletişimi gerçekteştirebileceği sorusuna cevap aramaktadır. Bu soruların yanıtlarını bulma görevi günümüzde halkla ilişkiler uzmanlarına verilmiştir. Halkla ilişkiler uzmanlarının ise bu mesleğin gerektirdiği teorik bilgilerin yanında günümüzde giderek yaygınlaşan modern halkla ilişkiler uygulamaları konusunda da bilgi ve deneyim sahibi olmaları gerekmektedir. Bunu sağlayacak olan ise pazarlama, halkla ilişkiler ve reklamcılık eğitimidir.

2. Amaç

Bu stratejik plan, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Meslek Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Tanıtım örgün öğretim programınızın 2024-2025 Akademik Yılında eğitim öğretim kalitesini artırabilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaçla, programın misyon ve vizyonu doğrultusunda uygulanması gereken stratejiler ve bu stratejilere dayanan hedeflere ulaşılabilmesi amacıyla ileriye dönük planlamalara yer verilmiştir.

3. Kapsam

Bu dokümanda sunulan stratejiler ve hedefler; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Meslek Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Tanıtım örgün öğretim programını kapsamaktadır. Doküman, program danışmanları ile programda ders veren öğretim elemanlarının önerileri ışığında hazırlanmıştır. 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 alt yapının sağlanması,
- Bölümün SWOT analizinin yapılması,
 1. Güçlü yönler
 2. Zayıf yönler
 3. Fırsatlar
 4. Tehditler
- SWOT analizinin değerlendirilmesi,
- Misyon, vizyon, temel değerler ve politikaların belirlenmesi,
- Fonksiyonel hedeflerin güncellenmesi ve yeni hedeflerin belirlenmesi,
- Elde edilen sonuçların geri bildiriminin sağlanması ve geri dönüşler doğrultusunda gerekli düzeltmelerin gerçekleştirilmesi.

5. Program Tanımı

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, kamu ve özel sektör işletmelerinde iş imkânı sunan, nitelikli ara eleman yetiştirmeyi amaçlayan dört yarıyıllık bir yükseköğretim programıdır.

Meslek Yüksekokulumuzda 2001-2002 Akademik Yılında İktisadi ve İdari Programlar Bölümü'ne bağlı Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı açılmıştır. 2006-2007 Akademik Yılında ise Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı'nda ikinci öğretime başlanmıştır. 2009 -2010 Akademik Yılından itibaren İktisadi ve İdari Programlar Bölümü'ne bağlı programların isimlerinde yapılan değişiklik sonrası Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı'nın adı Halkla İlişkiler ve Tanıtım halini almıştır.

Bölümümüzün İkinci Öğretim programı, YÖK Yürütme Kurulu'nun 02.02.2018 tarihli ve 75850160-301.01.01-E8563 sayılı kararı ile kapatılmış ve programa kayıtlı öğrencilerin normal eğitim programına aktarılmasına karar verilmiştir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Örgün Öğretim Programı'nın kontenjanı 50+2 kişidir. Eğitim dili Türkçedir.

6. Programın Amacı

Yüksekokulumuz Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programında, mesleki gelişmeler göz önünde bulundurularak alan ile alakalı temel kavramsal bilgilerin verildiği bir eğitim süreci mevcuttur. Bu eğitim sonunda kamu ve özel sektörde hizmet veren işletmelere; iletişim teorilerini bilen, halkla ilişkilerin bir meslek haline gelmesinden günümüze kadar geçirdiği evreler hakkında yeterli bilgiye sahip, kuruluşun iç ve dış çevresiyle ilişkilerde karşılaşılabileceği sorunlara, bilimsel yöntemlerle gerekli çözümleri geliştirebilen nitelikli meslek elemanları yetiştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu programdan mezun olan öğrenciler "Halkla İlişkiler ve Tanıtım Meslek Elemanı" unvanı ile iş hayatına atılmaktadır. Geniş bir istihdam imkânına sahip olan Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programında, öğrencilere ağırlıklı olarak; Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Reklamcılık, Pazarlama

İlkeleri, Medya Yönetimi, Satış Yönetimi, Marka Yönetimi ve Kampanya Planlaması formasyonu kazandırmaya yönelik bir eğitim programı uygulanmaktadır.

7. Programın Hedefi

Program mezunlarının; çalışacakları sektörle ilgili ulusal ve uluslararası platformda yaşanan güncel gelişmeleri takip eden, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bilgi-becerisi yüksek, özgüveni tam, mesleki bilgi ve mevzuata hâkim, yenilikçi uzmanlar olarak hizmet vermeleri hedeflenmektedir.

- Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı;
- Halkla İlişkiler ve Tanıtım olaylarını anlayacak ve yorumlayabilecek,
 - Halkla İlişkiler ve Tanıtım mesleği ile ilgili çağdaş teknolojilerin önemini kavrayabilecek,
 - Halkla İlişkiler ve Tanıtım kavramlarını özümseyerek güncel hayatta doğru ve etkin biçimde kullanma becerisi kazanacak,
 - Halkla İlişkiler ve Tanıtım, halkla ilişkilerde yeni isim arayışları ve halkla ilişkilerin genişleyen işlevi konularında bütün yönleriyle bilgi sahibi olacak,
 - Pazarlama iletişimde halkla ilişkilerin yeri ve önemini bütün yönleriyle kavrayabilen,
 - Tutundurma iletişimi olarak halkla ilişkilerin özelliklerini bilen,
 - Pazarlama amaçlı halkla ilişkiler yöntemlerini etkin olarak belirleyebilen,
 - Halkla ilişkiler aracının seçimi ve mesajın belirlenmesi konusunda yeterli bilgi ve deneyime sahip olan,
 - Kurum içi özel faaliyetleri organize edebilecek,
 - Kurum içinde çalışanlara yönelik konferans, seminer v.b toplantılar organize edebilecek,
 - Medyaya enformasyon servisi oluşturabilecek,
 - Siyasi liderlerle iletişim kurabilecek, VİP korukları ağırlayabilecek,
 - Sergi ve fuarlarda görev alabilecek,
 - Sponsorluk konusunda karar verebilecek, sosyal sorumluluk projelerini takip edebilecek,
 - Özel olay ve organizasyonlarda aktif görev alabilecek,
 - Etkili yazma ve ikna edici konuşma yeteneğine sahip,
 - İnisiyatif kullanabilme, problem çözme ve sorumluluk alabilme yeteneklerine sahip,
 - İyi bir dinleyici ve kendine özgü bir üslup sahibi olması,
 - İş hayatında sosyal haklarının neler olduğunu bilecek ve yeri geldiğinde bu haklarını kullanabilecek,
 - Öğrenim düzeyi ve sosyal çevresi ile uyumlu genel kültür formasyonuna sahip,
 - Disiplin içi ve disiplinler arası takım çalışması yapabilme becerisi kazanabilecek; sorumluluk alarak ve planlı çalışarak risk üstlenebilecek,
 - Yeniliklere açık, araştırmacı, teknolojik değişiklikleri yakından takip eden, zamanı iyi kullanan, sözlü ve yazılı iletişim bilgisini kullanabilen, insan ilişkilerine özen gösteren, bilimsel ve etik değerlere göre hareket eden bir iş ahlakına sahip öğrencilerin yetiştirilmesi amaç edinilmiştir.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, ÖSYM sınav yönetmeliğinde belirtildiği üzere TYT puan türüne göre öğrenci almaktadır. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programına kaydolun öğrenciler, programdan mezun olabilmek için öngörülen müfredattaki 120 AKTS'lik zorunlu ve seçmeli dersleri almak zorundadır. Öğretim programındaki tüm derslerden 4.00 üzerinden en az 2.00 Genel Not Ortalamasına sahip olmaları gerekmektedir. Ayrıca öğrenciler mezun olmadan önce 30 iş günü staj yapmak ve stajlarını belirtilen sürede ve yeterlilikle tamamlamak zorundadır.

8. Kazanılan Derece

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

Programı seçen öğrencilerin; analitik düşünebilen, sayısal işlem kabiliyeti olan, eksiklikleri fark ederek sorunlara çözüm önerileri geliştirebilen, belirsizliklere katlanabilen, mücadeleci ve sabırlı ruha sahip olan, özellikle mesleki bilgileri okumaktan ve yeni şeyler öğrenmekten zevk alan, yenilikleri takip eden, günümüz dünyasında her sektördeki güncel gelişmelere mikro ve makro düzeyde ilgi duyan kişiler olması beklenmektedir.

10. Öğrencilerin Sahip Olacağı Yetkinlikler

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı meslek elemanı aday öğrencilerimize sürekli değişen ve gelişen bilgi sistematığı 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 Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 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

Programımızı başarıyla tamamlayan öğrenciler çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin halkla ilişkiler departmanlarında iş imkânlarına sahip olabilmektedir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı mezunları kamu kurumlarında, özel işyerlerinde, sivil toplum kuruluşlarında çalışabildikleri gibi enformasyon büroları ve halkla ilişkiler danışmanlık şirketlerinde de meslek hayatlarına devam edebilmektedir. Bunun yanı sıra, Yasal şartları yerine getiren kişiler (Dikey Geçiş Sınavı (DGS) ile Lisans programı tamamlamak hakkına da sahiptirler.

13. Programımızın Paydaşları

Programımızın gelişebilmesi, eğitim kalitesinin artırılabilmesi, çağdaş ve modern eğitim teknolojileri ile donatılabilmesi ancak tüm paydaşlarının desteği ile mümkündür. Bu amaçla, paydaşlar belirlenerek ve paydaşların durumları da dikkate alınarak stratejiler belirlenmiştir.

Yüksekokulumuz Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı paydaşları:

- Valilik, Kaymakamlık ve diğer resmi kuruluşlar,
- Yüksek Öğretim Kurumu,
- Üniversitelerarası Kurul,
- Ulusal ve Uluslararası Eğitim ve Araştırma Kurumları,
- Halkla ilişkiler danışmanlık şirketleri
- Reklam ajansları
- Medya kuruluşları
- Özel Sektör Kuruluşları,

- Sivil Toplum Kuruluşları,
- Akademik personel ve aileleri,
- İdari personel ve aileleri,
- Öğrenciler ve aileleri,
- Mezunlar.

14. Merkezi Yerleştirme Puanlarımız, Kayıtlı ve Mezun Öğrenci Sayılarımız

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, ÖSYM sınav yönetmeliğinde belirtildiği üzere TYT puan türüne göre öğrenci almaktadır. Meslek Yüksekokulumuzda, Halkla İlişkiler ve Tanıtım örgün öğretim programı 2001-2002 Akademik Yılında eğitim-öğretime başlamış ve ilk mezunlarını 2003 yılında vermiştir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım ikinci öğretim programı ise 2006-2007 Akademik Yılında eğitim-öğretime başlamış ve ilk mezunlarını 2008 yılında vermiştir. O günden bugüne mezun olan öğrencilerimiz ve halen aktif kayıtlı bulunan öğrencilerimiz ile bilgiler aşağıdaki tablolarla belirtilmiştir.

Tablo 1. Programa Kayıtlı Öğrenci Sayısına Yönelik İstatistikler

Kuruluşumuzdan Günümüze Kadar Kayıt Yaptıran Toplam Öğrenci Sayısı	
Aktif Kayıtlı Öğrenci Sayısı Halkla İlişkiler ve Tanıtım Örgün Öğretim	128
Aktif Kayıtlı Öğrenci Sayısı Halkla İlişkiler ve Tanıtım İkinci Öğretim	4
Toplam Aktif Kayıtlı Öğrenci Sayısı	132

Tablo 2. Programdan Mezun Olan Öğrenci Sayısına Yönelik İstatistikler

Kuruluşumuzdan Günümüze Kadar Mezun Olan Toplam Öğrenci Sayısı	
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Örgün Öğretim	512
Halkla İlişkiler ve Tanıtım İkinci Öğretim	362
Genel Toplam	874

Tablo 3. Programa 2020 Yılında Merkezi Yerleştirme Sınavıyla Kayıt Olan Öğrenci Sayısı

	PUAN TÜRÜ	Kontenjan	Yerleşen	Boş
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Örgün Öğretim	TYT	52	52	-

Tablo 4. 2020 Girişli Öğrencilerin Derslere Devam Durumları

Derslere Sürekli Devam Eden Ortalama Öğrenci Sayısı	
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Örgün Öğretim	42
Toplam	42

Tablo 5. 2023 Yılı Merkezi Yerleştirme Sınavı Puanlarımız

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı	Taban	Tavan
Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Örgün Öğretim) TYT	244,73954	293,47574

15. Programda Kadrosu Bulunan Öğretim Elemanlarının Dağılımı

Tablo 6. Programdaki Öğretim Elemanlarının Dağılımı

Ünvan	Yaş Grupları								
	<30		30-39		40-49		50>		
	E	K	E	K	E	K	E	K	

Öğr.Gör.	-	-	1	1	-	-	1	-
----------	---	---	---	---	---	---	---	---

16. Öğretim Kadrosunun Mevcut Durum Analizi

Tablo 7. Öğretim Kadrosunun Analizi

Unvan, Adı Soyadı	Son Mezun Olduğu Kurum ve Yılı	Halen Öğretim Görüyorsa Hangi Aşamada Olduğu
Öğr. Gör. Hakan Genç	Adnan Menderes Üniversitesi	-
Öğr. Gör. Ayşe Bozdağ	Anadolu Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü	Doktora
Öğr. Gör. Cahit Akkaya	Ankara Üniversitesi	Doktora

Unvan, Adı Soyadı	Deneyim Yılı			Etkinlik düzeyi (Yüksek, Orta, Düşük, Yok)		
	Kamu, Özel Sektör	Kaç Yıldır Bu Kurumda	Öğretim Üyeliği Süresi	Meslek Kuruluşları	Kamu, Özel Sektöre Verilen Bilimsel Danışmanlık	Araştırma
Öğr. Gör. Hakan Genç	25	20	-	-	-	-
Öğr. Gör. Ayşe Bozdağ	17	13	-	-	-	-
Öğr. Gör. Cahit Akkaya	16	8	-	-	-	-

Tablo 8. Öğretim Elemanı Başına Düşen Öğrenci Sayısı

Programda Aktif Kayıtlı Öğrenci Sayısı / Programda Kadrosu Bulunan Öğretim Elemanı Sayısı	42
---	----

Tablo 9. Öğretim Kadrosunun Ders Yükü Dağılımlarına Yönelik İstatistikler

Sözleşmeye Esas Görev Tanımı Kapsamında Akademik Unvanlara Göre Olması Gereken Minimum Ders Yükü ve Mevcut Ders Yükü Dağılımları		
Akademik Ünvan, Ad, Soyad	En Az	Mevcut Ders Yükü
Öğr. Gör. Hakan Genç	12	14
Öğr. Gör. Ayşe Bozdağ	12	16
Öğr. Gör. Cahit Akkaya	12	14

Tablo 10. Öğretim Elemanlarının Akademik Yayınlarına Yönelik İstatistikler

Akademik Unvan Ad, Soyad	Uluslararası + Ulusal Hakemli Dergi, Kongre, Sempozyum vb. Yayınlanan Makale, Bildiri Sayısı	Toplam Atıf Sayısı	Sosyal Bilimler Alanında ISI Indexlerine Giren Dergilerde Aldıkları Atıf Sayısı	Akademik Ders Kitabı ve Kitap Bölümleri

Öğr. Gör. Hakan Genç	5	-	-	-
Öğr. Gör. Ayşe Bozdağ	4	-	-	-
Öğr. Gör. Cahit Akkaya	2	-	-	-
Genel Toplam		-	-	-

Tablo 11. Öğretim Kadrosunun Tamamlanan veya Halen Devam Etmekte Olan Projeleri

Akademik Unvan - Ad, Soyad	BAP, TÜBİTAK, GMKA, AB, BM vb. Proje Sayısı	Proje Kapsamında Görevi
Öğr. Gör. Hakan Genç	-	-
Öğr. Gör. Ayşe Bozdağ	-	-
Öğr. Gör. Cahit Akkaya	-	-

Tablo 12. Öğretim Elemanlarının Aldığı Burs ve Ödüller

Akademik Unvan Ad, Soyad	Burs, Ödül, Destek Adı / Tarihi / Veren Kurum
Öğr. Gör. Hakan Genç	-
Öğr. Gör. Ayşe Bozdağ	-
Öğr. Gör. Cahit Akkaya	-

Tablo 13. Öğretim Elemanlarının Marka, Tasarım, Patent Sayıları

Akademik Unvan Ad, Soyad	Marka, Tasarım, Patent Sayıları
Öğr. Gör. Hakan Genç	-
Öğr. Gör. Ayşe Bozdağ	-
Öğr. Gör. Cahit Akkaya	-

17. Program SWOT Analizi

Bölümümüzün eğitim, öğretim ve yönetim faaliyetleri değişik açılardan incelenerek üniversitenin kuvvetli yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri değerlendirilmiştir.

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.

17.1. Programın Güçlü Yönleri

- Program olumlu bir imaja sahiptir.
- Örgün öğretim ve ikinci öğretim programı doluluk oranımız %100'dür.
- Derse giren hocalar deneyimli, güçlü, dinamik ve uyum içerisinde çalışmaktadır.

- Sorgulayan, kendini ifade eden ve yaratıcı düşünme özelliği gelişmiş öğrenciler yetiştirmek hedeflenmektedir.
- Ders içerikleri, benzer programlarla karşılaştırılarak sürekli güncellenmektedir.
- Teknolojik değişime uyum ve güçlü teknolojik donanımına sahip altyapı.
- Öğretim kadrosu ve öğrenciler arasındaki ilişkiler olumludur.
- Öğrencilerin derse devam oranının yüksektir.
- Öğrenciler alanları ile ilgili mesleki eğitim alabilmektedir.
- Dikey Geçiş Sınavıyla (DGS) lisans bölümlerine geçen öğrenci sayısı artmaktadır.
- Mesleki etkinlikler (panel, konferans, kariyer günleri vb.) ve sosyal-kültürel faaliyetler gerçekleştirilmektedir.

17.2. Programın Zayıf Yönleri

- Öğrenciler ortaöğretimden, üniversite eğitim ve öğretiminin gerektirdiği niteliklere sahip olmadan mezun olmaktadır.
- Öğrenciler ile mezun olduktan sonra irtibat kesilmekte, mezun öğrencilerden yeterli geri bildirim bulunmamaktadır.
- Öğrencilere sunulan sosyo-kültürel olanaklar yetersizdir.
- Ulaşımın sınırlı olması ve yılın bazı dönemlerinde ulaşımın güçlüğüyle yapılması,
- Bilimsel araştırma ve yayın sayısının azlığı.
- Öğretim üyesi sayısının yetersiz olması.
- Öğrencilerin yabancı dil becerilerinin yetersiz olması.

17.3. Fırsatlar

- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi önlisans programları bünyesinde var olan ve kuruluş geçmişi en eskiye dayanan ikinci Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programıdır.
- Üniversite seçme sınavlarında Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı tercih edilen bir programdır.
- Gökçeada'nın medya kanalıyla haberlerle gündeme gelmesi ve tanınırlığının artması sonucunda öğrenci kontenjanlardaki doluluk oranını koruması beklenmektedir.
- Öğrenciler mezun olduktan sonra birçok sektörde çalışma imkanı bulmaktadır.
- Toplam işgücü içinde üniversite mezunlarının sayısının her geçen gün artması
- İşletmelerin halkla ilişkilere mesleğine olan ihtiyacının sürekli olarak artması
- Üniversitemizi tercih eden yabancı uyrukla öğrenci sayısındaki artış
- Halkla ilişkiler mesleğinin uygulama alanının sürekli olarak genişlemesi
- Öğrenci memnuniyet oranının yüksek olması
- Halkla ilişkilerin öneminin artması

17.4. Tehditler

- Hızla değişen talepler,
- Üniversitelerde öğrenci kontenjanlarının doluluk oranlarındaki düşüş,
- Hiç okula devam etmeyen öğrenci sayılarındaki artış,
- Öğrenci Yerleştirme Sistemi'nin sürekli olarak değiştirilmesi,
- Vakıf ve devlet üniversitelerinde sürekli olarak benzer içerikli programların açılması,
- Ortaöğretimde kalitenin giderek düşmesi nedeniyle okulumuza yerleşen öğrenciler istenen donanımda değildir.
- Üniversite mezunlarında işsizlik oranının genel işsizlik oranından daha yüksek olması,
- Üniversite mezunlarının ortalama iş bulma süresinin uzun olması.

18. SWOT Matrisi

Tablo 14. SWOT Matrisi Tablosu

Programın Güçlü Yönleri	Programın Zayıf Yönleri
<ul style="list-style-type: none">· Program olumlu bir imaja sahiptir.· Örgün öğretim ve ikinci öğretim programı doluluk oranımız %100'dür.· Derse giren hocalar deneyimli, güçlü, dinamik ve uyum içerisinde çalışmaktadır.· Sorgulayan, kendini ifade eden ve yaratıcı düşünme özelliği gelişmiş öğrenciler yetiştirmek hedeflenmektedir.· Ders içerikleri, benzer programlarla karşılaştırılarak sürekli güncellenmektedir.· Teknolojik değişime uyum ve güçlü teknolojik donanıma sahip altyapı.· Öğretim kadrosu ve öğrenciler arasındaki ilişkiler olumludur.· Öğrencilerin derse devam oranı yüksektir.· Öğrenciler alanları ile ilgili mesleki eğitim alabilmektedir.· Dikey Geçiş Sınavıyla (DGS) lisans bölümlerine geçen öğrenci sayısı artmaktadır.· Mesleki etkinlikler (panel, konferans, kariyer günleri vb.) ve sosyal-kültürel faaliyetler gerçekleştirilmektedir.	<ul style="list-style-type: none">· Öğrenciler ortaöğretimden, üniversite eğitim ve öğretiminin gerektirdiği niteliklere sahip olmadan mezun olmaktadır.· Öğrenciler ile mezun olduktan sonra irtibat kesilmekte, mezun öğrencilerden yeterli geri bildirim bulunmamaktadır.· Öğrencilere sunulan sosyo-kültürel olanaklar yetersizdir.· Ulaşımın sınırlı olması ve yılın bazı dönemlerinde ulaşımın güçlüğüyle yapılması,· Bilimsel araştırma ve yayın sayısının azlığı.· Öğretim üyesi sayısının yetersiz olması.· Öğrencilerin yabancı dil becerilerinin yetersiz olması.
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none">· Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi önlisans programları bünyesinde var olan ve kuruluş geçmişi en eskiye dayanan ikinci Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programıdır.· Üniversite seçme sınavlarında Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı tercih edilen bir programdır.· Gökçeada'nın medya kanalıyla haberlerle gündeme gelmesi ve tanınırlığının artması sonucunda öğrenci kontenjanlardaki doluluk oranını koruması beklenmektedir.· Öğrenciler mezun olduktan sonra birçok sektörde çalışma imkânı bulmaktadır.· Toplam işgücü içinde üniversite mezunlarının sayısının her geçen gün artması· İşletmelerin halkla ilişkilere mesleğine olan ihtiyacının sürekli olarak artması· Üniversitemizi tercih eden yabancı uyrukla öğrenci sayısındaki artış· Halkla ilişkiler mesleğinin uygulama	<ul style="list-style-type: none">· Hızla değişen talepler,· Üniversitelerde öğrenci kontenjanlarının doluluk oranlarındaki düşüş,· Hiç okula devam etmeyen öğrenci sayısındaki artış,· Öğrenci Yerleştirme Sistemi'nin sürekli olarak değiştirilmesi,· Vakıf ve devlet üniversitelerinde sürekli olarak benzer içerikli programların açılması,· Ortaöğretimde kalitenin giderek düşmesi nedeniyle okulumuza yerleşen öğrenciler istenen donanımda değildir.· Üniversite mezunlarında işsizlik oranının genel işsizlik oranından daha yüksek olması,· Üniversite mezunlarının ortalama iş bulma süresinin uzun olması.

alanının sürekli olarak genişlemesi	
· Öğrenci memnuniyet oranının yüksek olması	
· Halkla ilişkilerin öneminin artması.	

19. Programımızın Misyon, Vizyon ve Temel Değerlerinin Belirlenmesi

19.1. Gökçeada Meslek Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programının Vizyonu

Gökçeada Meslek Yüksek Okulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Yüksekokulumuzun sosyal kültürel ve bilimsel anlamda Türkiye çapında tanınan, kabul gören ve tercih edilen bir statüye kavuşturabilmek için gerekli, akademik, kültürel, sosyal ve iletişim faaliyetlerinin yerine getirilmesinde uyulacak olan değerlerde ve kullanılacak yöntemlerde öncü ve yenilikçi olmayı hedefler.

GMYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü'nün vizyonu, kurumun ulusal ve uluslararası platformda doğru, hızlı, güncel, etkin olarak temsil edilmesini hedefler.

GMYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü'nün vizyonu; etkinliği, faaliyetleri ve ilişkilerindeki yaklaşımı ile ÇOMÜ'nün ulusal ve uluslararası düzeyde saygın tercih edilen üniversiteler arasında olmasını sağlamaktır.

GMYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü'nde eğitim gören öğrencilerin şu değerleri almış bireyler olarak toplum ve iş yaşamına katılması gerektiğine inanmaktadır.

Doğru, şeffaf, etik değerlere saygılı, alanında uzman ve öncü, tarafsız, yasa ve yönetmeliklere bağlı, bilimsel, güvenilir, çağdaş ve yeniliklere açık, etkili, güleryüzlü ve kibar.

19.1.2. Gökçeada Meslek Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programının Misyonu

Gökçeada Meslek Yüksek Okulu (GMYO) Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, üniversitemize bağlı birimlerde gelişen bilimsel, akademik, kültürel hedefler paralelinde çağdaş bir halkla ilişkiler eğitimi vermeyi amaçlamaktadır.

GMYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, uzman bir kadro ile Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nin benimsediği değerleri, cumhuriyet ve demokrasiye bağlılık ilkeleri doğrultusunda, dürüst, insan haklarına saygılı, yasa ve yönetmeliklere bağlı, bilimsel, güvenilir, modern ve yeniliklere açık, ulusal ve uluslararası değerlere saygılı, şeffaf, hızlı, etkin, ÇOMÜ'nün tüm birimleriyle işbirliği içerisinde, geliştirmeyi hedefler.

19.1.3. Programımızın Vizyon ve Misyonunu Oluşturan Temel Amaçlar

- Eleştirel düşünebilen, kişisel ve mesleki alanda kendini sürekli yenileyen, farklılıklara saygı gösteren, yaratıcı, teknolojik gelişmeleri takip eden, iş piyasasının beklentilerine uygun eleman yetiştirmek,
- Evrensel üniversite kültürüne uygun akademik disiplin ve kalite anlayışı ile ulusal ve uluslararası düzeyde tercih edilmek,
- Programın ihtiyaç duyduğu temel bilgi birikimine sahip, her konuda kendine güvenen bireyler yetiştirmek,
- Mesleki donanım ve çalışmalarla akademik çevrede en iyi şekilde temsil edilmek,
- Sorunlara pratik çözümler sunabilen özgüveni yüksek bireyler yetiştirmek,
- Akademik kadrosu ile sürekli gelişimi hedefleyen bir eğitim anlayışına sahip olmak,

- Ekonomik ve mali konularda temel bilgileri anlayan ve kullanabilen, değerlendirme ve yorum yapabilen, çeşitli mali sorunlar karşısında çözüm getirebilen işgücü yetiştirmek,
- Bilgi çağının gereklerine uygun olarak, bilimsel gelişmelere açık, mesleki anlamda gelişmeleri takip eden yenilikçi ve örnek bir program olmaktır.

19.1.4. Programımızın Vizyon ve Misyonunu Oluşturan Temel Değerler

- Üniversitenin temel değerlerine, misyon ve vizyonuna bağlı olmak,
- Kurumsal uyum ve dayanışma anlayışı içerisinde hareket etmek,
- Eşitlikçi bir tutum benimsemek,
- Bilimsel gelişmelere duyarlı ve yeniliklere açık olmak,
- Atatürk ilkelerine uygun bir eğitim anlayışı benimsemek,
- Özgün araştırmalar yaparak bilimsel gelişime katkı sunmak,
- Anayasa başta olmak üzere ulusal ve uluslararası temel hukuk normları ile yükseköğretim mevzuatına uygun bir biçimde görevini yerine getirmek,
- Programlar arası etkileşim ve dayanışmaya önem vermek,
- Mesleki mevzuattaki değişiklikleri takip etmek,
- Zamanı verimli kullanarak yüksek performans sağlamak.

20. Sorunlara Çözüm Önerileri Getirilmesi ve Uygun Stratejilerin Geliştirilmesi

Yüksekokulumuz Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programına ait SWOT analizleri sonucunda zayıf/kuvvetli yönler ve programın önündeki fırsatlar/tehditler tespit edilerek ileriye dönük stratejiler geliştirilmiştir. Bu kapsamda 2024-2025 Akademik Yılı için uygulanması düşünülen en temel çözüm önerileri ve stratejiler kısaca aşağıda bilgilerinize sunulmuştur:

Strateji 1: Yüksekokulumuzun Gökçeada ve Çanakkale Merkezde bulunan liselere tanıtımının yapılması, bu kapsamda potansiyel öğrencilere ilgi ve yetenekleri doğrultusunda doğru yönlendirmenin sağlanması,

Strateji 2: Bölüm içerisinde bulunan öğretim elemanlarının sayısının artırılması,

Strateji 3: Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı dört yarıyılık öğretim planının değişen koşullar göz önünde bulundurularak güncel hale getirilmesi,

Strateji 4: Bologna girişlerinin ilgili öğretim elemanları tarafından güncellenmesi,

Strateji 5: Öğrencilere yeterli ölçüde mesleki eğitim ve deneyim kazandıracak uygulama alanları oluşturulması,

Strateji 6: Öğretim elemanlarının katkıda bulunduğu bilimsel faaliyetlerin teşvik edilip yaygınlaştırılması,

Strateji 7: Akademik personelin kendi uzmanlık dersini vermesine olanak sağlayacak, dengeli ve adaletli bir ders programının yapılması,

Strateji 8: Öğrencilere yüksekokul bünyesinde sağlanan sosyo-kültürel olanakların artırılması ve öğrencilerin katılımının sağlanması,

Strateji 9: Öğretim kadrosu ve öğrenciler arasında etkin iletişim tekniklerinin kullanılması,

Strateji 10: Yüksekokul bünyesinde bulunan kütüphane içeriğindeki Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına yönelik kaynakların güçlendirilmesi,

Strateji 11: Gökçeada ilçesi ve yüksekokul arasında ulaşım sorununun giderilmesine yönelik girişimlerin artırılması,

Strateji 12: Bölümümüz öğretim elemanları ve meslek yüksekokulumuzun girişimleriyle başarılı öğrencilere işletmelerde çalışma karşılığında burs ve benzeri imkânların yaratılması,

Strateji 13: Programımızın kapsamlı tanıtımı için web sitesinin güncellenmesi,

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

Strateji 15: Mezunlarımız ile iletişimin kopmaması ve mezuniyet sonrası durumlarını takip edebilmek amacıyla bir mezun öğrenci veri tabanı oluşturularak mezun öğrencilerle ilişkinin sürdürülebilmesi.

21. Ekler

21.1. Mevcut 4 Yarıyılık Ders Planı

Programımıza ait kurumsal amaç ve hedefler ortaya konurken, tanımlanmış ulusal ve uluslararası halkla ilişkiler eğitimi amaç, hedef ya da çıktılarıyla karşılaştırılmış örnek programlar bir komisyon tarafından incelenerek 2022 yılında programda genel bir değişikliğe gidilmiştir. Zira programımız 2022 akademik yılında gerçekleştirilen son güncellemeler ile birlikte Gökçeada Meslek Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Tanıtım Önlisans Programı üniversitemizin en kapsayıcı, seçmeli dersleri en bol ve öğrenciler tarafından özgürce tercih edilen, vakıf üniversiteleriyle rekabet edebilecek bir öğretim planına sahip olmuştur.

Eğitim programının amaç ve hedefleri, öğrencilerin kazanması beklenen bilgi, beceri ve tutumları içerir ve mezundan beklenen yeterlik ve yetkinlikleri tanımlar bu da program çıktılarımızda aktif olarak gözlemlenebilir. Bu amaç ve hedefler, mesleksi ve toplumsal beklentileri karşılama yönünde tüm yetkinlikleri kapsamaktadır. Bu yetkinlikler mezuniyet öncesi eğitime ayrılan süreye uygun ölçüde, Halkla İlişkiler ve Tanıtım programının tüm yönlerini örneğin halkla ilişkiler, iletişim, Reklamcılık, Pazarlama İlkeleri, Medya Yönetimi, Satış Yönetimi, Kampanya Planlaması, Müşteri İlişkileri Yönetimi, Marka Yönetimi ile ilgili bilgi ve beceriler yanı sıra sosyal bilimciye, işletmeciye yakışır tutum ve davranışın kazandırılması için davranış bilimleri, psikoloji ve insani bilimlerden de yararlanılmaktadır. Ayrıca 30 günlük zorunlu staj ve her yarıyıl yapılan teknik gezi, seminer ve konferanslarla bu durum perçinlenmektedir.

Programımızın bu kapsamdaki temel hedefi, öğrencinin gelecekte sürdüreceği mesleki kariyere ulaşması ve eğitimine yeterli bir bilgi donanımıyla devam etmesi noktasında öğrencilere yetkin bir müfredat çerçevesinde eğitim vermektir. Bu doğrultuda öğrencilere sunulan eğitim-öğretim planı, halkla ilişkiler ile ilgili bilgi ve becerileri kazandırmaktır. Ayrıca programımız bir açıdan disiplinlerarası alanda çalışmayı gerektirmektedir. İnsanları, makineleri, enerjiyi, malzemeyi en verimli şekilde kullanabilecek süreçleri organize edebilecek bir ara eleman yetiştirilmesine de önem verilmektedir.

Bu bağlamda öğrencilerimizin başlıca ilgi alanları; halkla ilişkilerin genişleyen işlevi ve yeni isim arayışları, bütünleşik pazarlama iletişimi, promosyon/ tutundurma stratejisi, proaktif ve reaktif iletişim, pazarlama amaçlı halkla ilişkiler yöntemleri, hedef kitlenin belirlenmesi ve hedef kitle seçimi, halkla ilişkilerde planlama süreci, medya endüstrisindeki değişim ve yeni medya kullanımı, kampanya planlaması, sponsorluk ve sosyal sorumluluk uygulamaları, lobicilik faaliyetleri, kamuoyu araştırmaları, etkinlik yönetimi, kriz iletişimi, özel olay ve organizasyonların planlanması, basınla ilişkiler, yayın yönetimi, stratejik iletişim, dış hedef kitleye yönelik etkinlikler (kuruluş ve yıldönümü törenleri, ödül törenleri, sergi ve fuarlar v.b.) kurum imajı/kurum kimliği, reklam ajansları ile işbirliği vb. olmalıdır. Bu ilgi alanlarına yönelik oluşturduğumuz eğitim planıyla öğrenim görmüş olan mezunlarımız, her sektörde, her özel veya kamu kurum ve kuruluşunda çalışabilecek donanıma sahip olarak yetiştirilmektedirler.

Bu kapsamda Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programının amacı; Halkla İlişkiler sektöründe gerekli teorik ve pratik bilgi - becerileri edinmiş, kamuda ve özel sektörde, yerel

yönetimlerde, STK' larda, medyada çalışabilecek; halkla ilişkiler, pazarlama, reklam, müşteri ilişkileri, insan kaynakları, medya ve organizasyon departmanı ya da birimlerinde istihdam ve tercih edilme önceliğine sahip, kalite güvence de dahil olmak üzere iş hazırlama, tasarım ve hizmet birimlerinde görev alabilecek nitelikte meslek elemanları yetiştirmektir. Bu doğrultuda öğrencilere işletmelerin sahip oldukları para, insan gücü, bilgi ve teknoloji en iyi biçimde yararlanmayı sağlayacak çalışma düzeninin planlanması için ofis bilgilerini arttırmaya yönelik teorik bilgiler verilmekte, uygulamalı derslerle de öğrenciler iş hayatına hazırlanmaktadır. Halkla İlişkiler ve Tanıtım programı mezunları böylelikle kamu kurumlarında, özel işyerlerinde, sivil toplum kuruluşlarında veya yasal şartları sağladıktan sonra girişimci olarak kendi işyerlerini açıp çalışabilmektedirler.

Programımızı başarıyla tamamlayan öğrenciler çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin halkla ilişkiler, pazarlama, müşteri ilişkileri departmanı, çağrı merkezi v.b bölümlerinde iş imkanlarına sahip olabilmekte, ayrıca; kendi işletmelerini kurma ve yönetme becerilerine de sahip olmaktadır. Program eğitim amaçlarına ve program çıktılarını erişimi sağlamak amacıyla oluşturduğumuz eğitim planlarımızı hazırlarken şu özgevevi dikkate almaktayız: 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 inovatif girişimlere imza atacak nitelikli girişimciler ile sanayi, özel sektör, kamu ve STK'ların nitelikli ara eleman ihtiyacı için gerekli donanımına sahip kaliteli insan kaynağını yetiştirmeyi misyon edinmiştir. Özellikle iletişim yöntemleri, halkla ilişkiler, reklamcılık, pazarlama ilkeleri, medya yönetimi, satış yönetimi, yönetim ve organizasyon, pazarlama araştırması, kampanya planlaması, müşteri ilişkileri yönetimi, marka yönetimi 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 ve SPSS programları düzeyinde);
- Yabancı dil öğrenmeye önem veren,
- Ömürboyu gelişime değer veren öğrenciler yetiştirmeyi amaç edinmek.

Bu özgevev ve amaç çerçevesinde öğrenciyi meslek kariyerine hazırlamak için, akademik kurullarımız, işverenler, mezunlarımız ve öğrencilerimizden gelen geri bildirimler doğrultusunda, güncel bilgiyi öğrencilerimizle paylaşmak adına, eğitim planımızda değişiklikler gerçekleştirmekteyiz. Bu kapsamda eğitim-öğretim planımızın yukarıda detaylı olarak değinilen program amaçlarını ve program çıktılarını desteklediğini ekteki kanıtlardan da görebilmekteyiz. Zira eğitim planlarının bu ölçüt için verilen minimum kredi ve AKTS bileşenlerini sağladığı ve genel eğitim bileşenlerini de içerdiği kanıtlar da detaylı biçimde açıklanarak ekteki kanıt linklerinde bilgilerinize sunulmuştur.

Tablo 1. Program Öğretim Planı

T.C. ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ GÖKÇEADA MESLEK YÜKSEKOKULU PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI ÖĞRETİM PLANI								
I. YARIYIL								
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı

ATA-1101	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I	2	0	0	2	2	Zorunlu	Ataturk's Principles and History of Revolution I
TDİ-1101	Türk Dili I	2	0	0	2	2	Zorunlu	Turkish Language I
YDİ-1101	Yabancı Dil I (İngilizce)	2	0	0	2	2	Zorunlu	Foreign Language I (English)
HİT-1101	Halkla İlişkiler I	3	0	0	3	4	Zorunlu	Public Relations I
HİT-1103	İletişim I	2	1	0	3	3	Zorunlu	Contact I
HİT-1105	Genel İşletme	3	0	0	3	3	Zorunlu	General Business
HİT-1107	Mikro Ekonomi	3	0	0	3	4	Zorunlu	Micro Economy
HİT-1109	İş Sağlığı ve Güvenliği	2	0	0	2	2	Zorunlu	Occupational Health and Safety
HİT-1111	Kariyer Planlama	2	0	0	2	2	Zorunlu	Career Planning
	Toplam	21	1	0	22	24		
I. YARIYIL SEÇMELİ DERSLERİ								
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
HİT-1113	Sosyal Sorumluluk ve Etik	2	0	0	2	2	Seçmeli	Social Responsibility and Ethics
HİT-1115	Sosyal Davranış Kuralları ve Protokol	2	0	0	2	2	Seçmeli	Social Code of Conduct and Protocol
	Toplam	4	0	0	4	4		
I. YARIYIL GENEL KÜLTÜR SEÇMELİ DERS LİSTESİ								
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
HİT-1117	Genel Sosyoloji	2	0	0	2	2	Seçmeli	General Sociology
HİT-1119	Toplantı Yönetimi	2	0	0	2	2	Seçmeli	Meeting Management
	Toplam	4	0	0	4	4		
*Seçmeli Derslerden Toplam 6 Akts'lik 3 Ders Seçilecektir. (Toplam 12 Ders)								
II. YARIYIL								
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
ATA-1102	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II	2	0	0	2	2	Zorunlu	Ataturk's Principles and History of Revolution II
TDİ-1102	Türk Dili II	2	0	0	2	2	Zorunlu	Turkish Language II
YDİ-1102	Yabancı Dil II (İngilizce)	2	0	0	2	2	Zorunlu	Foreign Language II (English)
HİT-1202	Halkla İlişkiler II	3	0	0	3	4	Zorunlu	Public Relations II
HİT-1204	İletişim II	2	1	0	3	5	Zorunlu	Communication II
HİT-1206	Pazarlama İlkeleri	3	0	0	3	5	Zorunlu	Marketing Principles
HİT-1208	Temel Bilgi Teknolojileri	2	1	0	3	4	Zorunlu	Basic Information Technologies
	Toplam	16	2	0	18	24		

II. YARIYIL SEÇMELİ DERSLERİ								
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
HİT-1210	Kamuoyu ve Propaganda	2	0	0	2	2	Seçmeli	Public Opinion and Propaganda
HİT-1212	İletişim Hukuku	2	0	0	2	2	Seçmeli	Communication Law
HİT-1214	Medya ve İletişim Ekonomisi	2	0	0	2	2	Seçmeli	Media and Communication Economy
	Toplam	6	0	0	6	6		
II. YARIYIL GENEL KÜLTÜR SEÇMELİ DERS LİSTESİ								
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
HİT-1216	Dezavantajlı Gruplar	2	0	0	2	2	Seçmeli	Disadvantaged Groups
HİT-1218	Çevre Koruma	2	0	0	2	2	Seçmeli	Environmental Protection
BED-1202	Beden Eğitimi	1	1	0	2	2	Seçmeli	Physical Education
GÜS-1202	Güzel Sanatlar	1	1	0	2	2	Seçmeli	Fine Arts
	Toplam	0	2	0	8	8		
*Seçmeli Derslerden Toplam 6 Akts'lik 3 Ders Seçilecektir. (Toplam 10 Ders)								
III. YARIYIL								
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
HİT-2101	Halkla İlişkiler Uygulamaları	2	1	0	3	6	Zorunlu	Public Relations Practices
HİT-2103	Reklamcılık	2	1	0	3	6	Zorunlu	Advertising
HİT-2105	Staj	0	0	0	0	8	Zorunlu	Internship
	Toplam	4	2	0	6	20		
III. YARIYIL SEÇMELİ DERSLERİ								
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
HİT-2107	Sürdürülebilirlik ve Halkla İlişkiler	2	0	0	2	2	Seçmeli	Sustainability and Public Relations
HİT-2109	Davranış Bilimleri	2	0	0	2	2	Seçmeli	Behavioral Sciences
HİT-2111	Araştırma Yöntem ve Teknikleri	2	0	0	2	2	Seçmeli	Research Methods and Techniques
HİT-2113	Girişimcilik	2	0	0	2	2	Seçmeli	Entrepreneurship
HİT-2115	Medya Yönetimi ve Planlama	2	0	0	2	2	Seçmeli	Media Management and Planning
HİT-2117	Müşteri İlişkileri Yönetimi	2	0	0	2	2	Seçmeli	Customer Relations Management
HİT-2119	Kurumsal Kimlik	2	0	0	2	2	Seçmeli	Corporate Identity
HİT-2121	Halkla İlişkilerin Çevresi ve Donanımı	2	0	0	2	2	Seçmeli	Environment and Equipment of Public Relations

HİT-2123	Halkla İlişkiler Ortam ve Araçları	2	0	0	2	2	Seçmeli	Public Relations Media and Tools
HİT-2125	Halkla İlişkiler Yazarlığı	2	0	0	2	2	Seçmeli	Public Relations Writer
HİT-2127	Grafik ve Tasarım	2	0	0	2	2	Seçmeli	Graphics and Design
HİT-2129	İnsan Kaynakları Yönetimi	2	0	0	2	2	Seçmeli	Human Resources Management
HİT-2131	Kriz Yönetimi	2	0	0	2	2	Seçmeli	Crisis Management
HİT-2133	Satış Yönetimi	2	0	0	2	2	Seçmeli	Sales Management
HİT-2135	Göstergebilim	2	0	0	2	2	Seçmeli	Semiotics
HİT-2137	Dijital Pazarlama	2	0	0	2	2	Seçmeli	Digital Marketing
HİT-2139	İletişim Sosyolojisi	2	0	0	2	2	Seçmeli	Communication Sociology
HİT-2141	Elektronik Tanıtım	2	0	0	2	2	Seçmeli	Electronic Promotion
HİT-2143	İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	2	0	0	2	2	Seçmeli	Labor and Social Security Law
	Toplam	38	0	0	38	38		

III. YARIYIL GENEL KÜLTÜR SEÇMELİ DERS LİSTESİ

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
HİT-2145	Etkili Sunum Teknikleri	2	0	0	2	2	Seçmeli	Effective Presentation Techniques
HİT-2147	Sivil Toplum Kuruluşları	2	0	0	2	2	Seçmeli	Non-Governmental Organizations
HİT-2149	Deprem Bilinci	2	0	0	2	2	Seçmeli	Earthquake Awareness
HİT-2151	İstatistik	2	0	0	2	2	Seçmeli	Statistics
	Toplam	0	0	0	8	8		

*Seçmeli Derslerden Toplam 10 Akts'lik 5 Ders Seçilecektir. (Toplam 8 Ders)

IV. YARIYIL

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
HİT-2202	Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar	2	1	0	3	6	Zorunlu	Public Relations Practices and Case Studies
HİT-2204	Reklamcılık Uygulamaları	2	1	0	3	6	Zorunlu	Advertising Applications
HİT-2206	Marka Yönetimi	3	0	0	3	4	Zorunlu	Brand Management
HİT-2208	Tüketici Davranışları	3	0	0	3	4	Zorunlu	Consumer Behavior
	Toplam	10	2	0	12	20		

IV. YARIYIL SEÇMELİ DERSLERİ

Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
HİT-2210	Kampanya Planlaması	2	0	0	2	2	Seçmeli	Campaign Planning
HİT-2212	Pazarlama Araştırması	2	0	0	2	2	Seçmeli	Marketing Research

HİT-2214	Yeni Medya ve Hakla İlişkiler	2	0	0	2	2	Seçmeli	New Media and Public Relations
HİT-2216	Kongre ve Fuar Organizasyonu	2	0	0	2	2	Seçmeli	Congress and Fair Organization
HİT-2218	Yönetim ve Organizasyon	2	0	0	2	2	Seçmeli	Management and Organization
HİT-2220	Halkla İlişkiler Ortam Araçları ve Uygulamaları	2	0	0	2	2	Seçmeli	Public Relations Media Tools and Applications
HİT-2222	Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler	2	0	0	2	2	Seçmeli	Public Diplomacy and International Public Relations
HİT-2224	Sponsorluk	2	0	0	2	2	Seçmeli	Sponsorship
HİT-2226	Siyasal İletişim ve Kampanyalar	2	0	0	2	2	Seçmeli	Political Communication and Campaigns
HİT-2228	Kriz İletişimi	2	0	0	2	2	Seçmeli	Crisis Communication
HİT-2230	Fotoğrafçılık	2	0	0	2	2	Seçmeli	Photography
HİT-2232	Toplam Kalite Yönetimi	2	0	0	2	2	Seçmeli	Total Quality Management
HİT-2234	Yönetim Prensipleri	2	0	0	2	2	Seçmeli	Management Principles
HİT-2236	Girişimcilik Uygulamaları	2	0	0	2	2	Seçmeli	Entrepreneurship Applications
HİT-2238	Konuşma Sanatı	2	0	0	2	2	Seçmeli	Eloquence
HİT-2240	Medya Sosyolojisi	2	0	0	2	2	Seçmeli	Media Sociology
HİT-2242	Yönlendirilmiş Çalışma	2	0	0	2	2	Seçmeli	Directed Study
	Toplam	34	0	0	34	34		
IV. YARIYIL GENEL KÜLTÜR SEÇMELİ DERS LİSTESİ								
Dersin Kodu	Dersin Adı	T	U	L	Kredi	Akts	Ders Tipi	Dersin İngilizce Adı
HİT-2244	Toplumsal Yapı ve Sosyal Değişim	2	0	0	2	2	Seçmeli	Social Structure and Social Change
HİT-2246	Elektronik Ticaret	2	0	0	2	2	Seçmeli	Electronic Trade
	Toplam	0	0	0	4	4		
*Seçmeli Derslerden Toplam 10 Akts'lik 5 Ders Seçilecektir. (Toplam 09 Ders)								