



Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Stratejik Hedef ve Göstergeleri

1. BÖLÜM: DURUM ANALİZİ

1.1. Kurumsal (Birim) Tarihçe

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü bünyesinde Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı olmak üzere 1 adet program bulunmaktadır. 01.11.1999 tarihinde Bartın Meslek Yüksekokulu İktisadi ve İdari Programlar bölümüne bağlı olarak açılan Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2010 yılında ilk öğrencilerini almıştır.

1.2. Paydaş Analizi

Paydaşlar, kuruluşun ürün ve hizmetleri ile ilgisi olan, kuruluştan doğrudan veya dolaylı, olumlu ya da olumsuz yönde etkilenen veya kuruluşu etkileyen kişi, grup veya kurumlardır. Bölümün akademik personel ve öğrencilerinin dışında paydaş listesi, paydaşların etki ve önem derecesine göre tasnif edilerek Tablo 1’de belirtilmiştir.

Tablo 1: Paydaş Önceliklendirme Tablosu

Paydaş Adı	İç Paydaş/ Dış Paydaş	Önem Derecesi	Etki Derecesi	Önceliği
Akademik Personel	İç Paydaş	5	5	1
İdari Personel	İç Paydaş	5	5	1
BMYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Öğrencileri	İç Paydaş	5	5	1
Bartın MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Mezunları	Dış Paydaş	5	5	1
TÜBİTAK	Dış Paydaş	4	3	2
İletişim Fakülteleri	Dış Paydaş	4	4	2
Meslek Liseleri	Dış Paydaş	4	3	2
Türkiye Halkla İlişkiler Derneği	Dış Paydaş	3	2	3
İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği	Dış Paydaş	3	2	3
Kurumsal İletişimciler Derneği	Dış Paydaş	3	2	3
Reklamcılar Derneği	Dış Paydaş	3	2	3
Reklamcılık Vakfı	Dış Paydaş	3	2	3
Bartın Yerel Basını	Dış Paydaş	3	4	4
Bartın Valiliği	Dış Paydaş	3	4	3
Bartın Belediyesi	Dış Paydaş	3	4	3
Bartın Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Koordinatörlüğü	Dış Paydaş	3	4	3
KOSGEB	Dış Paydaş	3	3	3

Tablo 2: Paydaş - Ürün / Hizmet Matrisi

Ürün/Hizmetler	EĞİTİM ÖĞRETİM	ARAŞTIRMA GELİŞTİRME				GİRİŞİMCİLİK			TOPLUMSAL KATKI			
	Ön Lisans Eğitimi	BAP Projeleri (Katılımlı, Kapsamlı, Lisansüstü vb.)	TÜBİTAK, AB vb. Projeleri	Patent / Faydalı Model	Araştırma ve Uygulama Merkezlerinde Yapılan Çalışmalar	Girişimcilik Eğitimleri ve Sertifika Programları	Üniversite-Özel Sektör İşbirliği (Proje Danışmanlıkları)	Üniversite-Kamu-Özel Sektör Ortak Proje Yatırımları	Gayri Safi Milli Hasılaya Katma Değer Üretmek	Sosyal Sorumluluk Projeleri Geliştirip, Sorunların Çözümüne Katkıda Bulunmak	Toplumsal Ekonomik Sosyal ve Kültürel Düzeyinin Yükselmesine Katkıda Bulunmak İçin Bilimsel Etkinlikler Düzenlemek (Konferans, Sempozyum, Yayın Yapmak)	Yöresel ve Bölgesel Kalkınmaya Destek Olmak
Akademik Personel	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
İdari Personel	✓	✓	✓		✓	✓	✓			✓		✓
Bartın MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Öğrencileri	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
Bartın MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Mezunları	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
TÜBİTAK	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
İletişim Fakülteleri	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	
Meslek Liseleri	✓	✓	✓					✓		✓	✓	✓
Türkiye Halkla İlişkiler Derneği	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
Kurumsal İletişimciler Derneği	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
Reklamcılar Derneği	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
Reklamcılık Vakfı	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
Bartın Yerel Basını	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
Bartın Valiliği	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Bartın Belediyesi	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Bartın Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Koordinatörlüğü	✓	✓	✓			✓		✓		✓	✓	✓
KOSGEB	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

1.3. Paydaş Etki / Önem Matrisi

Öncelikli paydaşlarla gerçekleştirilecek çalışmaların belirlenmesi için Bartın Üniversitesi Stratejik Planında belirtilen önceliklendirme tablosundan yararlanarak paydaş etki/önem matrisi aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3: Paydaş Etki/Önem Matrisi

ETKİ DÜZEYİ ÖNEM DÜZEYİ	ZAYIF	GÜÇLÜ
DÜŞÜK	İZLE - Meslek Liseleri - KOSGEB	BİLGİLENDİR - Bartın Valiliği - Bartın Belediyesi
YÜKSEK	ÇIKARLARINI GÖZET, ÇALIŞMALARA DAHİL ET - İletişim Fakülteleri - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği - İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği - Kurumsal İletişimciler Derneği - Reklamcılar Derneği - Reklamcılık Vakfı - Bartın Yerel Basını - Bartın Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Koordinatörlüğü - TÜBİTAK	BİRLİKTE ÇALIŞ - Bartın MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Öğrencileri - Bartın MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Mezunları - Akademik ve İdari Personel

1.4. İnsan Kaynakları

İnsan kaynaklarının yetkinlik düzeyi, kurum kültürü, teknoloji ve bilişim alt yapısı, fiziki ve mali kaynaklara ilişkin analizler yapılarak bölümümüzün mevcut kapasitesi ayrıntılı biçimde değerlendirilmiştir.

Bartın Üniversitesi Bartın Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde halen 1 Program mevcut olup, 1 Öğretim Görevlisi Doktor ve 2 Öğretim Görevlisi olmak üzere toplam 3 akademik personel görev yapmaktadır. Bölümümüzde kurulduğu günden beri 3 öğretim görevlisi görev yapmaktadır.

1.5. Yetkinlik Analizi

Öğretim elemanlarımızın yetkinlik durumlarına yönelik mezuniyetleri halkla ilişkiler ve ilişkili bilim dallarına yöneliktir. Tablo 4’de öğretim elemanlarının mezuniyet durumları, Tablo 5’de akademik faaliyetleri ve Grafik 1’de akademik personel başına düşen faaliyet sayısı verilmiştir.

Tablo 4: Öğretim Elemanların Mezuniyet Durumu

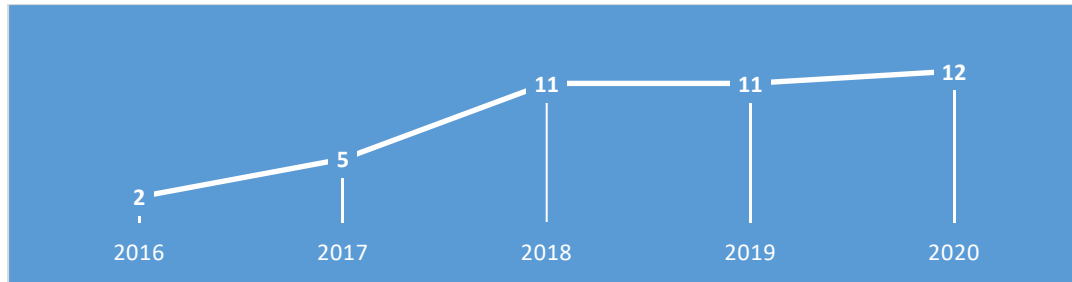
LİSANS MEZUNU ÖĞRETİM GÖREVLİSİ	0
YÜKSEK LİSANS MEZUNU ÖĞRETİM GÖREVLİSİ	1
DOKTORA YAPMAKTA OLAN ÖĞRETİM GÖREVLİSİ	1
DOKTORALI ÖĞRETİM GÖREVLİSİ	1

Tablo 5: 2016-2020 Yılları Arası Akademik Personelin Yapmış Oldukları Akademik Faaliyetlerin Dökümü

Yılı	YAYIN												ATIF	BİLDİRİLER		KİTAP				PROJELER				Endüstriyel Tasarım	Patent
																U.Y		U.A.Y							
	SCI Q1	Q2	Q3	Q4	SSCI Q1	Q2	Q3	Q4	AHQ	U.A.H	U.H	Sayı	U.A.B.	U.B.	EDITOR	BÖLÜM	EDITOR	BÖLÜM	TÜBİTAK	SANTEZ	BAP	Diğ	Ulusal	Ulusal	
2016										3		2	1												
2017											1		14		1										
2018										1	1	19	11					1				1			
2019											1	29	1								1				
2020										2		27				1	1	5							
TOPLAM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	3	77	27	0	1	1	1	6	0	0	1	1	0	0	

U.A.H.D.: Uluslararası Hakemli Dergi, U.H.D.: Ulusal Hakemli Dergi, U.A.B.: Uluslararası bildiriler, U.B.: Ulusal Bildiriler, AB: Avrupa Birliği projesi

Grafik 1: 2016-2020 Yılları Akademik Personel Başına Düşen Akademik Faaliyet Sayısı



1.6. Akademik Personel ve Öğrenci Sayılarının Orantısal Gelişimi

Bölümümüzün 2020 yılı aktif devam eden normal öğretim ve ikinci öğretim toplam öğrenci sayısı 236 olup, akademik personel başına düşen öğrenci sayısı 78,66'dır.

1.7. Teknoloji ve Fiziksel Kaynak Analizi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Ağdacı Kampüsünde yer alan 2 derslik ve 3 akademisyen ofisinde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Tablo 6: Eğitim Alanları – Merkez Bina

Merkez Bina Kapalı Alanlar

Kullanım Amacı	Adet
Akademisyen Ofisleri	3
Derslik	2

Eğitim Alanları

Alan	Kapasite	Kapasite	Kapasite	Kapasite	Kapasite
	0-25	26-50	51-75	76-100	101-150
Sınıf	-	1	0	1	-
Toplam	0	1	0	1	0

1.8. Akademik Faaliyetler Analizi

Akademik faaliyetler analizi kapsamında bölümümüzün eğitim-öğretim, araştırma ve geliştirme, girişimcilik, toplumsal katkı alanlarındaki temel akademik faaliyetlerin güçlü yönleri, zayıf yönleri ve sorun alanları belirlenerek, zayıf yönlerin güçlendirilmesine ve sorun alanlarının ortadan kaldırılmasına yönelik olarak neler yapılması gerektiği hususunda öneriler sunulmuştur.

Tablo 7: Temel Akademik Faaliyetler Analizi

Temel Akademik Faaliyetler	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler / Sorun Alanları	Ne Yapılmalı?
Eğitim-Öğretim	- Eğitim-öğretim içeriğinin sektörün dijital dönüşümüne uyumlu olarak sürekli güncellenmesi - ÖSYM yerleştirmelerinde %99 doluluğa ulaşılması - Yetkin ve yeterli sayıda öğretim elemanına sahip olunması -Sektör deneyimine sahip akademik personelin bulunması - Bölümdeki 3 öğretim elemanından 1'inin doktora mezunu, 1'inin ise doktora eğitimine devam etmesi. - Bölümdeki öğretim elemanlarının farklı çalışma alanlarına sahip olması. - Yeniliklere ve gelişmelere açık, genç, dinamik öğretim elemanlarına sahip olması.	- ÖSYM sınavı başarı sıralamasında kısmen düşük puana sahip öğrencilerin tercih etmesi - Bölüme gelen öğrencilerin temel bilimlerdeki eksikliklerinin öğrenme süreçlerine olumsuz yansımaları. - Farabi, Erasmus ve Mevlana öğrenim hareketliliğinin yetersizliği - Öğrenci kontenjanlarının fazlalığının öğrencinin niteliğinde kısmen azalmaya neden olması. - Öğrencilerin nitelikli staj yapma konusunda yeterli istek ve hevese sahip olmaması - Öğrencilerin yabancı dilinin yetersiz olması - Multimedya destekli öğretim araçlarının eksikliği - Bazı öğrencilerin okula aidiyet duygusunun zayıf	- Öğrencilerinin temel bilimlerdeki eksiklikleri ile ilgili farkındalık oluşturulmalıdır. - Öğrenci kontenjanlarının makul seviyede azaltılması gerekmektedir. - Öğrenim hareketliliği doğrultusunda bilgi paylaşımı çeşitliliği artırılmalıdır. - Nitelikli staj konusunda bilgilendirme ve farkındalık çalışmaları artırılmalıdır. -Öğrencilerin isteğe bağlı yabancı dil hazırlık sınıfı okumaya teşvik edilmesi gerekmektedir. - Eğitimi destekleyen multimedya sistemi eksikliği tamamlanmalıdır. - Temel bilgisayar dersinin içeriği yoğunlaştırılmalıdır.

	- Zorunlu yaz stajlarında staj yeri bulunmasına destek verilmesi. - Bölüm ile ilgili önemli kararlarda ortak aklı ve katılımcılığı esas alan bir yaklaşımın varlığı. -Sektör profesyonelleri ve mezunlarla işbirliği - Öğrencilerin büyük çoğunluğunun Bartın dışından ve büyük şehirlerden gelmesi	- olması ve dersleri düzenli takip etmemeleri - Öğrencilerin bilişim teknolojilerini kullanma konusundaki yetersizlikleri	
Araştırma-Geliştirme	-Akademik personelin ulusal ve uluslararası yayın, proje sayısının artması.	- Ders yükü, idari ve ek görevler (komisyon vb.) nedeniyle akademik personelin performansının istenilen düzeyde olmaması	- İdari ve ek (komisyon vb.) görevlerin makul seviyeye getirilerek akademik personele akademik çalışma zaman boşluğunun oluşturulması gerekmektedir.
Girişimcilik	- Bölümde Girişimcilik dersinin olması - Girişimciliği destekleyen kuruluşlarla (KOSGEB, BAKKA vd.) yakın ilişkilerin ve işbirliğinin varlığı.	- Bölümün sektörel düzeydeki iş birliklerinin istenilen düzeye çıkarılamamış olması.	- Öğretim elemanlarının sektör ile işbirliği yapmalarına yönelik teşvik edici faaliyetler yapılmalıdır.
Toplumsal Katkı	- Mesleki kuruluşlarla iyi ilişkilerin ve işbirliğinin varlığı - Bölüm öğretim elemanlarının bölgedeki kamu ve özel kurumlara kişisel gelişime yönelik eğitimler vermesi. - Öğrencilerin bölgede staj yapabilmeleri.	-Mezunların iş olanaklarının büyükşehirlerde yoğunlaşması - Kamu ve özel sektör kurumlarında halkla ilişkiler ve tanıtım önlisans mezunu alımlarının azlığı - Sektörün insan kaynağı beklentilerinin eğitimden çok tecrübe ve yetenek odaklı olması	-Kamu ve özel sektör kuruluşlarının halkla ilişkiler birimlerinde halkla ilişkiler ve tanıtım önlisans mezunlarının istihdam edilmesi konusunda farkındalık oluşturulması gerekmektedir.

1.9. GZFT (Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler) Analizi

GZFT Analizi, Meslek Yüksekokulumuz ve Pazarlama ve Reklamcılık Bölümümüzü etkileyen koşulların sistematik olarak incelendiği bir analizdir.

Bu analiz ile bölümümüzün güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya olduğu fırsat ve tehditler araştırılarak geleceğe dönük stratejiler belirlenmiştir. Kısaca bu analiz stratejik planın diğer aşamaları için temel teşkil etmektedir. Amaç ve hedefler belirlenirken zayıf yönlerin güçlü yönlerle, tehditlerin fırsatlara dönüştürülme yolları tartışılmış ve araştırılmıştır.

Tablo 8: Güçlü ve Zayıf Yönler

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
Eğitim-öğretim içeriğinin sektörün dijital dönüşümüne uyumlu olarak sürekli güncellenmesi	Öğrenci kontenjanlarının fazlalığının öğrencinin niteliğinde kısmen azalmaya neden olması.
ÖSYM yerleştirmelerinde %99 doluluğa ulaşılması	Farabi, Erasmus ve Mevlana öğrenim hareketliliğinin yetersizliği
Yetkin ve yeterli sayıda öğretim elemanına sahip olunması	Öğrencilerin nitelikli staj yapma konusunda yeterli istek ve hevese sahip olmaması
Sektör deneyimine sahip akademik personelin bulunması	Öğrencilerin yabancı dilinin yetersiz olması
Bölümdeki öğretim elemanlarının farklı çalışma alanlarına sahip olması.	Multimedya destekli öğretim ve araçlarının eksikliği
Bölümdeki 3 öğretim elemanından 1'inin doktora mezunu, 1'inin ise doktora eğitimine devam etmesi.	Ders yükü ve ek görevler nedeniyle akademik personelin performansının istenilen düzeyde olmaması
Yeniliklere ve gelişmelere açık, genç, dinamik öğretim elemanlarına sahip olması.	Bölümün sektörel düzeydeki iş birliklerinin istenilen düzeye çıkarılamamış olması.
Zorunlu yaz stajlarında staj yeri bulunmasına destek verilmesi.	
Bölüm ile ilgili önemli kararlarda ortak aklı ve katılımcılığı esas alan bir yaklaşımın varlığı.	
Akademik personelinin ulusal ve uluslararası yayın, proje sayısının artması.	
Girişimcilik dersinin KOSGEB uygulamalı girişimcilik eğitimi kapsamına alınması ve ilgili bölüm öğrencilerinin girişimcilik sertifikası alması.	
Girişimciliği destekleyen kuruluşlarla (KOSGEB, BAKKA vd.) yakın ilişkilerin ve işbirliğinin varlığı.	
MYO öğretim elemanlarının ulusal ve uluslararası yayın, proje sayısının artması.	
Mesleki kuruluşlarla iyi ilişkilerin ve işbirliğinin varlığı.	
Meslek Yüksekokulumuz ile ilgili önemli kararlarda ortak aklı ve katılımcılığı esas alan bir yaklaşımın varlığı.	
Sosyal medyanın aktif olarak kullanılması	

Tablo 9: Fırsatlar ve Tehditler

FIRSATLAR	TEHDİTLER
Öğrencilerin bölgede staj yapabilmeleri.	ÖSYM sınavı başarı sıralamasında kısmen düşük puana sahip öğrencilerin tercih etmesi
Araştırma ve projeleri destekleyen bir yönetim anlayışı olması	Bölüme gelen öğrencilerin temel bilimlerdeki eksikliklerinin öğrenme süreçlerine olumsuz yansması.

Filyos Projesi'nin tamamlanması ile bölgede staj ve istidam olanaklarının artacağıının öngörülmesi	Mezunların iş olanaklarının büyükşehirlerde yoğunlaşması
Öğrencilerin büyük çoğunluğunun Bartın dışından ve büyük şehirlerden gelmesi	Bölge iş sektörlerinin bölüm öğrencilerine yeterli iş ve staj olanaklarını sağlayamaması.
Üniversite-sanayi iş birliğindeki gelişmeler.	Kamu ve özel sektör kurumlarında halkla ilişkiler ve tanıtım önlisans mezunu alımlarının azlığı
Yurtiçi ve yurtdışı öğrenci değişim programlarının yaygınlaşması	Orta öğretim sistemimdeki yetersizlikler nedeniyle beklenen nitelikte öğrencilerin gelmemesi
Bartın ilinin doğal güzellikleri ve turizm potansiyeli	İşletmelerin işe alımlarda insan kaynağının halkla ilişkiler alanında eğitim almış bir kişi olup olmasını önemsememesi.
Halkla İlişkiler ve Tanıtımın popüler bir meslek olması	Kamu kurumlarının basın yayın ve halkla ilişkiler birimlerinde halkla ilişkiler eğitimi almış insan kaynağının yeterli seviyede istihdam etmemesi
	Hızla dijitalleşen halkla ilişkiler ve reklam sektörünün yeni yetenek ve bilgileri gerektirmesi
	Sektörün insan kaynağı beklentilerinin eğitimden çok tecrübe ve yetenek odaklı olması

2. BÖLÜM: GELECEĞE BAKIŞ

2.1. Misyon

Bartın Üniversitesi'nin misyonu;

Öğrenci merkezli bir yaklaşımla nitelikli bireyler yetiştirmek, toplumsal sorumluluk bilinciyle bilime, sanata ve kültüre ulusal ve evrensel düzeyde katkı sağlamaktır.

Bartın Meslek Yüksekokulu'nun misyonu;

İşletmelerin ve kamu kuruluşlarının ihtiyaç duyduğu; bilgi, beceri ve donanıma sahip, sorunlara evrensel değerler doğrultusunda yenilikçi çözümler geliştirebilen, değer oluşturan nitelikli meslek elemanı yetiştirmektir.

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünün misyonu;

Halkla ilişkiler, reklam ve iletişim yönetiminin gücünün bilincinde olan, bu gücü sosyal sorumluluk sınırları içinde kullanmak gerektiğine inanan işgücünü, gerek kamu gerekse özel sektör kuruluşlarının halkla ilişkiler, reklam ve tanıtım birimlerinde çalışacak, alanına temel oluşturan kuram, kavram, yöntem ve fikirleri yorumlayabilen nitelikli ara elemanları yetiştirmektir.

2.2. Vizyon

Bartın Üniversitesi'nin vizyonu;

Çözüm odaklı bir yaklaşımla bilimsel ve toplumsal sorunlara yönelik araştırmalar ve uygulamalar gerçekleştiren, kurumsal kültürü ve aidiyet duygusu yüksek, verdiği iyi eğitimle tercih edilen bir üniversite olmaktır.

Bartın Meslek Yüksekokulu'nun vizyonu;

Günümüzün sürekli değişen koşulları altında, verdiği eğitimle iç ve dış paydaşlarının değişen beklentilerini en iyi düzeyde karşılayabilen, öncü konumuyla tercih edilen bir eğitim kurumu olmaktır.

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünün vizyonu;

Resmi ve özel kuruluşların tanıtım birimlerinde, reklam ve kamuoyu araştırmaları ile ilgili kuruluşlarda aranan ve sürekli kendini geliştiren, hayat boyu öğrenen, mesleki, toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahip bireyler yetiştiren bir bölüm olmaktır.

2.3. Temel Değerler

Bartın Üniversitesi;

- İnsana ve doğaya saygıyı,
 - Hakkaniyeti,
 - Hoşgörüyü,
 - Etik değerlere bağlılığı,
 - Katılımcılığı,
 - Şeffaflığı,
 - Hesap verebilirliği,
 - Akademik düşüncüyü ve özgürlüğü,
 - Sosyal sorumluluğu,
 - Girişimciliği
- ilke edinmiştir.

Bartın Meslek Yüksekokulu;

- İnsana ve doğaya saygıyı,
 - Hakkaniyeti,
 - Hoşgörüyü,
 - Etik değerlere bağlılığı,
 - Katılımcılığı,
 - Şeffaflığı,
 - Hesap verebilirliği,
 - Akademik düşüncüyü ve özgürlüğü,
 - Sosyal sorumluluğu,
 - Girişimciliği,
 - Yenilikçiliği,
- ilke edinmiştir.

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü;

- Hakkaniyeti,
- Hoşgörüyü,
- Etik değerlere bağlılığı,
- Katılımcılığı,

- Şeffaflığı,
 - Hesap verebilirliği,
 - Akademik düşünceyi ve özgürlüğü,
 - Sosyal sorumluluğu,
 - Girişimciliği,
 - Yenilikçiliği,
 - Yaşam boyu öğrenmeyi,
 - Teknoloji kullanımını,
 - Diyalojik iletişimi,
 - Üretkenliği,
- ilke edinmiştir.

3. Farklılaşma Stratejisi

Bölümümüz öğrenci merkezli bir yaklaşımla sektörde yeterli donanıma sahip olacak nitelikte bireyler yetiştirme, araştırma yetisine sahip, yeni medyayı etkin kullanabilen, dijital etkileşimi ve entelektüel birikimi yüksek insan kaynağı yetiştiren bir eğitim ortamı sunma yönüyle diğer önlisans Halkla İlişkiler ve Tanıtım programlarından farklılaşmaktadır.

Bölümümüz iyi bir halkla ilişkiler personelinde bulunması gereken niteliklerin öğrencilerimize kazandırılmasına odaklanmıştır. Bölümümüzde sektörün beklediği yetkinlikler olan medya ile iyi ilişkiler kurabilme, medyayı iyi tanıma, kampanya hazırlayabilme ve yürütme, tanıtım materyallerini hazırlayabilme, iyi metin yazabilme, görsel tasarımları uygulayabilme ve eleştirebilme donanımının sağlanması önceliğimizdir. Burada bölümümüzü diğerlerinden farklılaştıran en önemli unsur öğrencinin iş hayatına uyum sürecini kısaltan ve hızlı bir şekilde adaptasyonunu sağlayan bir eğitim sürecinin sunulmasıdır. Bölümümüzde öğrenim gören öğrencilerin her biri eğitim öğretim süreci içerisinde bir reklam ve halkla ilişkiler kampanyasını gerçekleştirmekte ve tanıtım materyallerini oluşturmaktadır.

Bir halkla ilişkiler sürecinin en önemli ve ilk aşaması olan araştırma konusunda da öğrencilerimizin gerekli altyapıya sahip olabilmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda öğrencilerimiz veri toplama, analiz edebilme, raporlama bilgi ve becerisine sahip olmaktadır. Bölümümüzde öğrenim gören öğrencilerin herbiri eğitim öğretim süreci içerisinde bir iletişim araştırması projesini gerçekleştirir.

Yakın gelecekte markaların en önemli yatırımları halkla ilişkiler alanında uzmanlaşmış sosyal medya uzmanları üzerine olacaktır. Bu nedenle gelecekte sosyal medyadaki iletişimi en iyi şekilde yönetebilen halkla ilişkiler personelleri daha çok önem kazanacaktır. Bölümümüz öğrencilerimizin yeni medyayı halkla ilişkiler uygulamalarında etkin kullanabilmesine ve içerikler oluşturabilmesine yönelik ders içerikleriyle farklılaşmaktadır. Bu sayede öğrencilerimiz yeni bir iş kolu olan sosyal medya uzmanlığına da yönelebilecek yetkinliğe ulaşmaktadır.

Öğrencilerimiz günümüzün dijital iletişim çağına uygun bir müfredatla eğitilmekte ve müfredat bu yönde sürekli güncellenmektedir. Bölümümüzde bazı derslerin devamı niteliğindeki süreçler sanal sınıflarda gerçekleşmektedir. Bu sayede öğrenciler ders ile ilgili konularda öğretim elemanına sorular yöneltebilmekte ya da fikir alışverişinde bulunabilmekte, yapılan canlı yayınlar ve online sınavlar ile sürekli etkileşim halinde olmaktadır. Bu yönüyle de birçok halkla ilişkiler ve tanıtım önlisans programından farklılaşmaktadır.

Bölümümüzde mesleki uygulama bilgisinin yanında aynı zamanda bir halkla ilişkiler personelinin performansını olumlu etkileyecek bir içerik sunulmaktadır. Bu doğrultuda öğrencilerin ufkunun ve yaratıcılığının önünü açan özgün kitaplar okutulmakta, duygusal zekâ, teknoloji okuryazarlığı ve bilişim etiği gibi derslerle de öğrencilerin entelektüel birikime sahip olması yönünde çabalarda bulunmaktadır.

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümümüz; halkla ilişkiler, reklam ve iletişim yönetiminin gücünün bilincinde olan, bu gücü sosyal sorumluluk sınırları içinde kullanmak gerektiğine inanan işgücünü gerek kamu gerekse özel sektör kuruluşlarının halkla ilişkiler, reklam ve tanıtım birimlerinde çalışacak nitelikli ara elemanları yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Hem nazari eğitime hem de uygulamaya ağırlık verilmesi öğrencilerimizin profesyonel hayatlarında başarıya ulaşmalarına temel oluşturmaktadır.

4. Strateji Geliştirme, Amaç, Hedef ve Stratejilerin Belirlenmesi

4.1. Amaçlar

Amaç 1. Öğrenci Merkezli Eğitimle Öğrenci Başarısını Arttırmak

Amaç 2. Bilimsel Araştırma ve Yayın Faaliyetlerini Nitelik ve Nicelik Yönünden Geliştirmek

Amaç 3. Bölümümüz Genelinde Girişimci ve Yenilikçi Faaliyetleri Yaygınlaştırmak ve Kurumsallaştırmak

Amaç 4. Bölgesel Kalkınmaya Yönelik Sosyal, Kültürel ve Bilimsel Faaliyetleri Arttırmak

Amaç 5. Katılımcı Yönetim ve Organizasyon Yapısı ile Kurum Kültürünü Geliştirmek

4.2. Hedefler

Hedef 1.1. Eğitim-öğretimin fiziksel ve akademik altyapısı iyileştirilecektir.

Hedef 1.2. Eğitim-öğretim programları iyileştirilecektir.

Hedef 1.3. Bölümümüze gelen Önlisans öğrencilerinin nitelikleri iyileştirilecektir.

Hedef 1.4. Öğrencilere yönelik rehberlik ve danışmanlık hizmetleri geliştirilecektir.

Hedef 1.5. Engelli öğrencilerin fiziksel, eğitimsel ve sosyal alanlardaki erişilebilirliği arttırılacaktır.

Hedef 2.1. Araştırma altyapısı iyileştirilecektir

Hedef 2.2. Bölümümüzde gerçekleştirilen bilimsel araştırma projelerinin sayısı arttırılacaktır.

Hedef 2.3. Bölümümüz araştırmacılarının ulusal ve uluslararası bilimsel etkinliklere katılımı arttırılacaktır.

Hedef 2.5. Ulusal ve uluslararası düzeyde yayın sayısı ve niteliği arttırılacaktır.

Hedef 3.1. Girişimcilikle ilgili eğitim-öğretim faaliyetleri geliştirilecektir.

Hedef 3.2. Girişimcilikle ilgili araştırma, uygulama ve proje sayısı arttırılacaktır.

Hedef 3.4. Öğrencilerin kişisel ve sosyal gelişimini sağlayacak etkinlikler arttırılacaktır.

Hedef 4.3. Bölümümüzün sosyal ve kültürel faaliyetleri arttırılacaktır

Hedef 4.4. Bölgenin kalkınmasına ve gelişmesine yönelik faaliyetler arttırılacaktır.

Hedef 5.1. Bölümümüz mezunları ile ilişkiler geliştirilecektir.

Hedef 5.3. Paydaşların karar alma süreçlerine etkin katılımı sağlanacaktır.

Hedef 5.4. Bölümümüzün ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığı arttırılacaktır.

4.3. Göstergeler

Tablo 10: Hedef Kartı 1

Amaç (A1)	Öğrenci Merkezli Eğitimle Öğrenci Başarısını Arttırmak				
Hedef (H1.1)	Eğitim-öğretimin fiziksel ve akademik altyapısı iyileştirilecektir.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG1.1.1. Eğitimcilerin eğitimine katılan akademik personel sayısı	50	3	3	3	3
PG1.1.5. Öğretim elemanı başına düşen öğrenci sayısı	50	78,66	97	100	100

Tablo 11: Hedef Kartı 2

Amaç (A1)	Öğrenci Merkezli Eğitimle Öğrenci Başarısını Arttırmak				
Hedef (H1.2)	Eğitim-Öğretim programları iyileştirilecektir.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi(%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG1.2.2. Çift ana dal programına katılan öğrenci sayısı	20	0	0	0	0
PG1.2.3. Çift ana dal programlarından mezun olan öğrenci sayısı	20	0	0	0	0
PG1.2.5. Uzaktan eğitimle verilen ders sayısı	60	31	1	1	1

Tablo 12: Hedef Kartı 3

Amaç (A1)	Öğrenci Merkezli Eğitimle Öğrenci Başarısını Arttırmak				
Hedef (H1.3)	Bölümümüze gelen Önlisans öğrencilerinin nitelikleri iyileştirilecektir.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi(%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG1.3.1. Öğrencilerin üniversiteye giriş taban puanları ortalamaları	50	193	170	175	175
PG1.3.3. Yerleşen öğrenci sayısının kontenjan sayısına oranı (%)	50	100	75	75	75

Tablo 13: Hedef Kartı 4

Amaç (A1)	Öğrenci Merkezli Eğitimle Öğrenci Başarısını Arttırmak				
Hedef (H1.4)	Öğrencilere yönelik rehberlik ve danışmanlık hizmetleri geliştirilecektir.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi(%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG1.4.2. Önlisans düzeyinde danışman başına düşen öğrenci sayısı	100	78,66	145	145	145

Tablo 14: Hedef Kartı 5

Amaç (A1)	Öğrenci Merkezli Eğitimle Öğrenci Başarısını Arttırmak				
Hedef (H1.5)	Engelli öğrencilerin fiziksel, eğitimsel ve sosyal alanlardaki erişilebilirliği arttırılacaktır.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG1.5.4. Engellilerle ilgili her tür sosyal, kültürel, sportif ve eğitim faaliyeti sayısı	100	1	1	0	0

Tablo 15: Hedef Kartı 7

Amaç (A2)	Bilimsel Araştırma ve Yayın Faaliyetlerini Nitelik ve Nicelik Yönünden Geliştirmek				
Hedef (H2.2)	Bölümümüzde gerçekleştirilen bilimsel araştırma projelerinin sayısı arttırılacaktır.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG2.2.4. Tamamlanan bilimsel araştırma projesi sayısı	100	0	0	0	0

Tablo 16: Hedef Kartı 8

Amaç (A2)	Bilimsel Araştırma ve Yayın Faaliyetlerini Nitelik ve Nicelik Yönünden Geliştirmek				
Hedef (H2.3)	Bölümümüz araştırmacılarının ulusal ve uluslararası bilimsel etkinliklere katılımını sağlamak.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG2.3.2. Öğretim elemanlarının aktif katılım sağladığı bilimsel etkinlik sayısı	100	0	1	1	1

Tablo 17: Hedef Kartı 10

Amaç (A2)	Bilimsel Araştırma ve Yayın Faaliyetlerini Nitelik ve Nicelik Yönünden Geliştirmek				
Hedef (H2.5)	Ulusal ve uluslararası düzeyde yayın sayısı ve niteliği arttırılacaktır.				

Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG2.5.1. Toplam bilimsel yayın sayısı	100	8	3	3	3

Tablo 18: Hedef Kartı 11

Amaç (A3)	Bölümümüz Genelinde Girişimci ve Yenilikçi Faaliyetleri Yaygınlaştırmak ve Kurumsallaştırmak				
Hedef (H3.1)	Girişimcilikle ilgili eğitim-öğretim faaliyetlerini geliştirmek				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG3.1.2. Yenilik ve girişimcilik temalı ders sayısı	100	2	0	0	0

Tablo 19: Hedef Kartı 14

Amaç (A3)	Bölümümüz Genelinde Girişimci ve Yenilikçi Faaliyetleri Yaygınlaştırmak ve Kurumsallaştırmak				
Hedef (H3.4)	Öğrencilerin kişisel ve sosyal gelişimini sağlayacak etkinlikler arttırılacaktır.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG3.4.1. Öğrencilerin kişisel ve sosyal gelişimine yönelik düzenlenen etkinlik sayısı	100	3	3	2	2

Tablo 20: Hedef Kartı 18

Amaç (A4)	Bölgesel Kalkınmaya Yönelik Sosyal, Kültürel ve Bilimsel Faaliyetleri Arttırmak				
Hedef (H4.4)	Bölgenin kalkınmasına ve gelişmesine yönelik faaliyetler arttırılacaktır.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG4.4.3. Sosyal sorumluluk projesi sayısı	70	3	1	0	0
PG4.4.4. Çevre duyarlılığına ilişkin yapılan toplam faaliyet sayısı	30	1	1	0	0

Tablo 21: Hedef Kartı 19

Amaç (A5)	Katılımcı Yönetim ve Organizasyon Yapısı ile Kurum Kültürünü Geliştirmek				
Hedef (H5.1)	Bölümümüz mezunları ile ilişkiler geliştirilecektir.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023

PG5.1.1. Mezun bilgi sisteminde kayıtlı öğrenci sayısı	100	163	250	270	300
--	-----	-----	-----	-----	-----

Tablo 22: Hedef Kartı 21

Amaç (A5)	Katılımcı Yönetim ve Organizasyon Yapısı ile Kurum Kültürünü Geliştirmek				
Hedef (H5.3)	Paydaşların karar alma süreçlerine etkin katılımı sağlanacaktır.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi(%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG5.3.1. Birimlerde yapılan toplantılara katılan akademik personel sayısı	50	9	9	9	9
PG5.3.3. Birimlerde yapılan toplantılara katılan öğrenci sayısı	50	4	4	4	4

Tablo 23: Hedef Kartı 22

Amaç (A5)	Katılımcı Yönetim ve Organizasyon Yapısı ile Kurum Kültürünü Geliştirmek				
Hedef (H5.4)	Bölümümüzün ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığı arttırılacaktır.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi(%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG5.4.1. Tanıtıcı etkinlik, broşür, katalog vs. sayısı	100	1	1	1	1

Tablo 24: Hedef Kartı 23

Amaç (A5)	Katılımcı Yönetim ve Organizasyon Yapısı ile Kurum Kültürünü Geliştirmek				
Hedef (H5.4)	Kurum içinde kalite kültürü yaygınlaştırılacaktır.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi(%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
PG5.5.2. Kalite kültürüne yönelik yapılan eğitim faaliyetleri sayısı	100	0	1	1	1

Tablo 25: Birime Özgü Göstergeler

Performans Göstergeleri	Gösterge Başlangıç Değeri 2020	2021	2022	2023
Öğretim görevlisi başına düşen uluslararası bilimsel dergilerde (SCI, SCI-Expanded, SSCI, AHCI) yapılan yayın sayısı	0	1 Yayın / 3 Öğr.	0	0

		Görevlisi = 0,33		
Öğretim görevlisi başına düşen diğer uluslararası indeksli dergilerde yayınlanan yayın sayısı	2 Yayın / 3 Öğr. Görevlisi = 0,66	1 Yayın / 3 Öğr. Görevlisi = 0,33	1 Yayın / 3 Öğr. Görevlisi = 0,33	1 Yayın / 3 Öğr. Görevlisi = 0,33
Öğretim görevlisi başına düşen uluslararası bilimsel dergilerdeki (SCI, SCI-Expanded, SSCI, AHCI) atıf sayısı	0	0	0	0
Öğretim görevlisi başına düşen ulusal ve uluslararası dergi ve kitaplarda yer alan atıf sayısı	19 Atıf / 3 Öğr. Görevlisi = 6,33	6 Atıf / 3 Öğr. Görevlisi = 2	6 Atıf / 3 Öğr. Görevlisi = 2	6 Atıf / 3 Öğr. Görevlisi = 2

5. İzleme ve Değerlendirme

Planda belirtilen amaç ve hedeflere ulaşmak amacıyla dönem boyunca yapılacak çalışmalar, sistemli olarak izlenecek ve değerlendirilecektir. Bu değerlendirme sonuçlarından hareketle, Bölümümüz misyon, vizyon ve temel değerlerinin Stratejik Plan'da belirtilen amaç ve hedeflerin gerçekleşme durumu raporlandırılacaktır. Yıllık uygulama sonuçlarını ve performans değerlendirmelerini içeren bu raporlar, her yıl şubat ayı sonuna kadar hazırlanacak Birim Faaliyet Raporları aracılığı ile Meslek Yüksekokulu ve Bölümümüz web sayfasından yayınlanacaktır. Stratejik planda Bölümümüz amaç ve hedeflerini gerçekleştirme süreleri ile kullanmaları gereken kaynaklar yer almaktadır. Ayrıca plan hedeflerinin gerçekleşme durumunu değerlendirmek için performans göstergeleri belirlenmiş, bu göstergelerin objektif ve ölçülebilir olmasına dikkat edilmiştir. Bu açıklama ve göstergeler plan döneminde yürütülen çalışmaları daha kolay izlemeyi ve değerlendirmeyi sağlayacaktır. Bunlara ek olarak hedefleri gerçekleştirme süresi, yüzdesi, yeni kaynak ihtiyacının tespiti gibi konularda hazırlanacak ara raporlar çerçevesinde planda yeni düzenlemeler yapılabilecektir. Stratejik Plan hedeflerinin gerçekleşme durumunu değerlendirmek amacıyla önce, planda öngörülen faaliyetlerin amaç ve hedeflere ulaşma durumu analiz edilecektir. Ardından her yılın sonunda öngörülen faaliyetlerin ne kadarının tamamlandığı incelenecektir. Bu inceleme ve değerlendirmeler sonunda Bölümümüzde kurum içi veya dışı önemli değişiklikler yoksa stratejiler ve faaliyetler planlandığı şekilde gerçekleşiyorsa, amaçlara ulaşma yolundaki gelişmeler olumlu ise, Stratejik Plan'ın uygulanmasına devam edilecektir. Hedeflerin gerçekleşmemesi durumunda nedene yönelik inceleme yapılacak, ortaya çıkan aksaklıkların nedenlerinin belirlenmesinden sonra kişisel ve MYO/Bölüm bazındaki eksiklikler için Bartın Üniversitesi Birim Stratejik Plan Hazırlama Rehberindeki düzeltici önleyici önlemler alınacak, MYO/Bölüm dışında kontrol edilemeyen etkenler nedeniyle oluşacak sonuçlar için ise hedeflerin revize edilmesi yoluna gidilecektir. Bölümümüz Stratejik Planlama komisyonumuz gelen verileri toplayıp, analiz edip değerlendirerek, Bartın Meslek Yüksekokulu Müdürlüğüne rapor halinde iletacaktır. Bölümümüz Stratejik Planı izlemek üzere oluşturulan komisyon aşağıda yer almaktadır.

Tablo 26: Bölüm Stratejik Plan İzleme Komisyonu

GÖREVİ	ÜNVANI	ADI SOYADI	BÖLÜMÜ
BAŞKAN	ÖĞR. GÖR.	ÖZKAN AVCI	HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
ÜYE	ÖĞR. GÖR. DR.	CİHANGİR KASAPOĞLU	HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
ÜYE	ÖĞR. GÖR.	YAHYA AKKAYA	HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM