



BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
BALIKESİR MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

2024 YILI
AKADEMİK BİRİM İÇ DEĞERLENDİRME RAPORU (ABİDR)

*Bu rapor şablonu Balıkesir Üniversitesi Akademik Birimleri için Yükseköğretim Kalite Kurulu
– Kurum İç Değerlendirme Raporu Hazırlama Kılavuzu (Sürüm 3.2) örnek alınarak
hazırlanmıştır.*

Aralık, 2024

İÇİNDEKİLER

BİRİM HAKKINDA BİLGİLER	3
1. İletişim Bilgileri	3
2. Tarihsel Gelişimi	3
3. Misyonu, Vizyonu, Değerleri ve Hedefleri.....	4
A.1. Liderlik ve Kalite.....	5
A.1.1. Yönetişim modeli ve idari yapı.....	5
A.1.2. Liderlik.....	5
A.1.3. Kurumsal Dönüşüm Kapasitesi.....	5
A.1.4. İç Kalite Güvencesi Mekanizmaları	6
A.1.5. Kamuoyunu Bilgilendirme ve Hesap Verebilirlik.....	6
A.2 Misyon ve Stratejik Amaçlar	6
A.2.1. Misyon, Vizyon ve Politikalar	6
A.2.2. Stratejik Amaç ve Hedefler	6
A.2.3. Performans Yönetimi.....	7
A.3. Yönetim Sistemleri.....	7
A.3.1. Bilgi Yönetim Sistemi.....	7
A.3.2. İnsan Kaynakları Yönetimi.....	7
A.3.3. Finansal Yönetim	7
A.3.4. Süreç Yönetimi	7
A.4. Paydaş Katılımı	8
A.4.1. İç ve Dış Paydaş Katılımı.....	8
A.4.2. Öğrenci Geri Bildirimleri.....	9
A.4.3. Mezun İlişkileri Yönetimi.....	9
A.5. Uluslararasılaşma.....	9
A.5.1. Uluslararasılaşma Süreçlerinin Yönetimi.....	9
A.5.2. Uluslararasılaşma Kaynakları.....	10
A.5.3. Uluslararasılaşma Performansı	10
B. EĞİTİM VE ÖĞRETİM	11
B.1. Programların Tasarımı, Değerlendirilmesi ve Güncellenmesi	11
B.1.1. Programların Tasarımı ve Onayı.....	11
B.1.2. Programın Ders Dağılım Dengesi	11
B.1.4. Öğrenci İş Yüküne Dayalı Ders Tasarımı.....	11
B.1.5. Programların İzlenmesi ve Güncellenmesi	12
B.1.6. Eğitim ve Öğretim Süreçlerinin Yönetimi	12

B.2. Programların Yürütülmesi (Öğrenci Merkezli Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme)	13
B.2.1. Öğretim Yöntem ve Teknikleri	13
B.2.2. Ölçme ve Değerlendirme.....	13
B.2.3. Öğrenci Kabulü, Önceki Öğrenmenin Tanınması ve Kredilendirilmesi	13
B.2.4. Yeterliliklerin Sertifikalandırılması ve Diploma.....	14
B.3. Öğrenme Kaynakları ve Akademik Destek Hizmetleri	14
B.3.1. Öğrenme Ortam ve Kaynakları.....	14
B.3.2. Akademik Destek Hizmetleri	14
B.3.3 Tesis ve Altyapılar	14
B.3.4. Dezavantajlı Gruplar	14
B.3.5. Sosyal, Kültürel, Sanatsal, Sportif Faaliyetler.....	14
B.4. Öğretim Kadrosu	15
B.4.1 Atama, Yükseltme ve Görevlendirme Kriterleri*	15
B.4.2 Öğretim Yetkinlikleri ve Gelişimi.....	15
B.4.3. Eğitim Faaliyetlerine Yönelik Teşvik ve Ödüllendirme*	15
C. ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME	16
C.1. Araştırma Süreçlerinin Yönetimi ve Araştırma Kaynakları	16
C.1.1. Araştırma Süreçlerinin Yönetimi	16
C.1.3. Doktora Programları ve Doktora Sonrası İmkanlar	17
C.2. Araştırma Yetkinliği, İşbirlikleri ve Destekler.....	17
C.2.1. Araştırma Yetkinlikleri ve Gelişimi	17
C.2.2. Ulusal ve Uluslararası Ortak Programlar ve Ortak Araştırma Birimleri.....	17
C.3. Araştırma Performansı.....	17
C.3.1. Araştırma Performansının İzlenmesi ve Değerlendirilmesi.....	17
C.3.2. Öğretim Elemanı/Araştırmacı Performansının Değerlendirilmesi	17
D. TOPLUMSAL KATKI	19
D.1. Toplumsal Katkı Süreçlerinin Yönetimi ve Toplumsal Katkı Kaynakları	19
D.1.1. Toplumsal Katkı Süreçlerinin Yönetimi.....	19
D.1.2. Kaynaklar	19
D.2 Toplumsal Katkı Performansı	19
D.2.1. Toplumsal Katkı Performansının İzlenmesi ve Değerlendirilmesi	19
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	20

BİRİM HAKKINDA BİLGİLER

1. İletişim Bilgileri

Bir öge seçin.			
	Unvanı, Adı, Soyadı	Telefon	e-posta
Bölüm Başkanı	Öğr. Gör. Nevin POLAT	(266) 612 12 09	npolat@balikesir.edu.tr
Bölüm Başkan Yardımcısı	Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	(266) 612 12 09	mehmetcan.tokmak@balikesir.edu.tr
Birim Adresi:	Çalış Yerleşkesi, Balıkesir Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, 10145. Balıkesir / TÜRKİYE		

2. Tarihsel Gelişimi

Pazarlama Programı 1981 yılında kurulmuştur. 1990'lı yıllarda Program Dünya Bankası Endüstriyel Eğitim kapsamına alınmış ve o dönemde kurumda çalışan öğretim elemanları YÖK-Dünya Bankası II. Endüstriyel Eğitim Projesi kapsamında İngiltere de eğitim almışlardır. Balıkesir MYO'nun 1994 yılında Çalış Kampüsü'ne taşınması neticesinde şu anki yerinde eğitim-öğretim faaliyetlerine devam etmeye başlamıştır. "Pazarlama" ismiyle eğitim veren birim 2010 yılında İKMEP kapsamında yapılan değişiklik neticesinde akademik anlamda bölüm başkanlığı özelliği kazanarak, ismi "Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü" şeklinde değiştirilmiştir. Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü çağdaş eğitim anlayışıyla mesleğinde yetkin ve yetenekli bireyler yetiştirme amacına uygun eğitim ve öğretim faaliyetlerine devam etmektedir.

Tablo 1. 2024 Yılı Öğrenci Sayıları

Program Adı	Öğrenci Sayısı
PAZARLAMA	229

Tablo 2. 2024 Yılı Birim Akademik Personel Sayıları

Prof. Dr.	Doç. Dr.	Dr. Öğr. Üyesi	Öğr. Gör. Dr.	Araş. Gör. Dr.	Öğr. Gör.	Araş. Gör.	Toplam
0	0	0	2	0	1	0	3

Tablo 3. 2024 Yılı Yabancı Uyruklu Akademik Personel

Prof. Dr.	Doç. Dr.	Dr. Öğr. Üyesi	Öğr. Gör. Dr.	Araş. Gör. Dr.	Öğr. Gör.	Araş. Gör.	Toplam
0	0	0	0	0	0	0	0

Tablo 4. 2024 Yılı İdari Personel Sayıları

Hizmet Sınıfı	Sayı
Genel İdare Hizmetleri Sınıfı	1

3. Misyonu, Vizyonu, Değerleri ve Hedefleri

Misyon:

Güçlü teorik ve uygulamalı eğitim anlayışıyla, etik kuralları ön plana alan, toplumsal ve çevresel süreçlere duyarlı, sosyal sorumluluk ilkelerine katkıda bulunan, yaratıcı, küresel düşünen bireyleri pazarlama mesleğine hazırlamak.

Vizyon:

Dünyadaki güncel dinamikleri takip eden, mesleğiyle ilgili olgularda analitik ve etkili düşünme yeteneğine sahip, iş yaşamında fark oluşturan lider pazarlama profesyonelleri yetiştirmek.

Temel Değerler:

- Atatürk İlkeleri ve İnkılaplarına Bağlılık
- Eğitimde Mükemmeliyet ve Kalite
- Bilimsellik
- Yaşam Boyu Öğrenme
- Kalifiye İşgücü Yetiştirmek
- Sosyal Sorumluluk, Topluma ve Ülkeye Hizmet
- Şeffaflık, Katılımcılık ve Hesap Verilebilirlik
- Ehliyet ve Liyakat
- Hukukun Üstünlüğüne, İnsan Haklarına, Toplumsal Değerlere, Etik Kurallara ve Çevreye Saygı
- Paydaşlar ile İşbirliğinin Sağlanması

Amaç ve Hedefler :

Amaç 1- Eğitim – öğretim faaliyetlerinin geliştirilmesi

H.1.1. Pazarlama ve Reklamcılık Bölümüne ait bir odanın veya atölyenin temin edilmesi sonucunda öğrencilerin dersle ilgili çalışmalarına katkı sunabilmek.

H.1.2. Ulusal akreditasyonun alınması sonucunda kaliteyi artırabilmek.

Amaç 2- Kurumsal kapasitenin geliştirilmesi

H.2.1. Mezunların ve öğrencilerin kurumsal aidiyet duygusunu güçlendirmesini sağlamak amacıyla bölüm içi etkinlik sayısının artırılması.

H.2.2. Kalite kültürünün yaygınlaştırılması.

Amaç 3- Bölgenin ve ülkenin kalkınmasını sağlayacak araştırma – geliştirme faaliyetlerinin iyileştirilmesi

H.3.1. Bölümün iş hayatına uyum sağlaması ve gelişmeleri takip edebilmesi amacıyla ulusal ve uluslararası işletmelerle iş birlikleri kurabilmesi.

H.3.2. Eğitim ve öğretimin niteliğini ve niceliğini geliştirmek amacıyla bilimsel yayınların sayısının artırılması.

Amaç 4- Üniversitenin belirlemiş olduğu temel yetkinlikler çerçevesinde seçilen Eğitim alanlarında (Turizm İşletmeciliği, Mühendislik, Eğitim, Tarım – Hayvancılık Girişimciliği) öğrencilerde ve paydaşlarda girişimcilik motivasyonunu sağlayacak Eğitim-Öğretim müfredatı ve sertifika programları gerçekleştirmek

H.4.1. Sürdürülebilirlik, girişimcilik ve meslek etiği konuları çerçevesinde eğitim-öğretim çalışmalarının geliştirilmesi,

H.4.2. Sosyal, kültürel, toplumsal ve spor faaliyetlerini içeren etkinliklerin artırılması.

A. LİDERLİK, YÖNETİŞİM ve KALİTE

A.1. Liderlik ve Kalite

A.1.1. Yönetişim modeli ve idari yapı

Bölümde bölüm başkanı ve bölüm başkan yardımcısı bulunmaktadır. ((3)A1.1.1). Bölümde yer alan öğretim elemanları eğitim ve öğretimle ilgili alınacak tüm kararlarda söz sahibi olmaktadır. Ayrıca eğitim standartların iyileştirilmesi için iç paydaşların yanı sıra dış paydaşlardan oluşan Bölüm Danışma Kurulu'ndan görüş alınmaktadır. ((3)A1.1.2). Bölümle ilgili alınan kararlar etkin düşünme ve değişime uyum sağlama çerçevesinde anlaşma ve uzlaşma temellidir. Ayrıca Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Meslek Yüksekokulu ve Pazarlama Reklamcılık Bölümünün kurum kültürüne ve iş akışlarına uygun olarak kararların alınmasına önem verilmektedir.

Kanıtlar:

[\(3\)A.1.1.1.Bolum_Yonetimi](#)

[\(3\)A.1.1.2.Pazarlama_Ders_Planı_Guncelleme_Kararı](#)

A.1.2. Liderlik

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü'nden Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can Tokmak hem bölümün kalite sorumlusudur hem de MYO Kalite biriminde çalışmalar yapmaktadır. ((4)A.1.2.1). Pazarlama ve Reklamcılık bölümünde kalite ve kalite süreçlerinin geliştirilmesine yönelik olarak çalışmalar yapılmaktadır. Bu çerçevede bölümdeki öğretim elemanları ve dış paydaşların görüşleri alınarak, sürekli iyileştirme kapsamında yeniliklere odaklanılmaktadır. ((4)A.1.2.2). Birim yönetimi, bölüm başkanı ve bölüm kalite komisyon üyesi alınan kararlarda standartlara uymaya çalışmaktadır. Ayrıca BAÜN Kalite Komisyonu Üyeleri, 2023 yılı (ABİDR) Akademik Birim İç Değerlendirme Raporunun incelenmesi ve 2024 yılı raporunun hazırlanması amacıyla birimi ziyaret ederek, karşılıklı fikir alışverişinde bulunmaktadır. ((4)A.1.2.3).

Kanıtlar:

[\(4\)A.1.2.1.Birim_Kalite_Komisyonu](#)

[\(4\)A.1.2.2.Surekli_Iyilestirme_Toplantısı](#)

[\(4\)A.1.2.3.BAUN_Kalite_Komisyonu_Birim_Ziyareti](#)

A.1.3. Kurumsal Dönüşüm Kapasitesi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü 2024-2025 eğitim yılında daha güncel bir eğitim ve öğretimin öğrencilere sağlanabilmesi için dış paydaşlarla toplantılar gerçekleştirilmiştir. Yapılan toplantılar sonucunda alandaki yenilikleri takip edebilmek için yeni dersler eklenmiş, bazı zorunlu dersler seçmeli derslere aktarılmış, bazı seçmeli dersler ise dış paydaşların önerileriyle zorunlu hale getirilmiştir. Ayrıca bölüme, sektöre, bilimsel gelişmelere ve gündelik gelişmelere uygun olarak birçok dersin, teori ve uygulama ders saatleri değiştirilmiştir. Örneğin 'Dijital Pazarlama' dersi bu çerçevede seçmeli dersler arasından alınarak zorunlu yapılmış, 'Medya Okuryazarlığı ile Kitle İletişimi ve Tüketim' dersi yeni eklenmiştir. Bu çerçevede bölümün amacına, misyonuna ve hedeflerine uygun olarak değişimler yapılmakta ve uygun önlemler alınmaktadır. ((3)A.1.3.1).

Kanıtlar:

[\(3\)A.1.3.1.2024-2025_Eğitim_Yılı_Mufredat_Guncellemesi](#)

A.1.4. İç Kalite Güvencesi Mekanizmaları

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Rektörlük ve Balıkesir MYO Müdürlüğü'nün aldığı kararlara uymaktadır. Balıkesir Üniversitesi ve Balıkesir MYO'nun web sayfalarında görev tanımları, iş akışları ve ilgili süreçler detaylı olarak belirlenmiştir. Bölüm gerekli hallere uygun olarak düzenlemeler yapmaktadır. Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü'nde ayrıca bu süreci daha kapsamlı ve etkin gerçekleştirebilmek için öğrenci temsilcisi seçimi yapılmış ve dış paydaşlardan destek alınmaktadır. ((3)A.1.4.1), ((3)A.1.4.2).

Kanıtlar:

[\(3\)A.1.4.1.Oğrenci Temsilcisi Seçimi](#)

[\(3\)A.1.4.2.Bölüm Danışma Kurulu](#)

A.1.5. Kamuoyunu Bilgilendirme ve Hesap Verebilirlik

Kamuoyunun açık bir şekilde bilgilendirilmesi süreci bölüm tarafından benimsenmiştir. Bu kapsamda hem Balıkesir MYO'nun hem de Pazarlama ve Reklamcılık bölümünün internet sayfaları güncellenmektedir. Eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetlerine yönelik haberler, duyurular, bilgilendirmeler, faaliyet ve öz değerlendirme raporları herkesin erişebileceği şekilde internet sitesinden yayınlanmaktadır. Paylaşımların güncelliğinin, güvenilirliğinin ve teyidinin sağlanması aşamasında Balıkesir MYO idaresi gerekli kontrolleri gerçekleştirmektedir. ((3)A.1.5.1), ((3)A.1.5.2), ((3)A.1.5.3), ((3)A.1.5.4).

Kanıtlar:

[\(3\)A.1.5.1.Bölüm Akademik Kitap Yayın Duyurusu](#)

[\(3\)A.1.5.2.Sınav Duyuruları](#)

[\(3\)A.1.5.3.Bölüm Duyuruları](#)

[\(3\)A.1.5.4.Kasım Ayı Sürekli İyileştirme Toplantısı](#)

A.2 Misyon ve Stratejik Amaçlar

A.2.1. Misyon, Vizyon ve Politikalar

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü'nün misyon ve vizyonu günümüzün şartlarına uygun olarak 2024-2025 eğitim yılında güncellenmiştir ve bölümün internet sitesinde yer almaktadır. ((2)A.2.1.1). Ayrıca bölümün Bologna Bilgi Paketi'nde bölümün politikaları olarak görülebilecek unsurlar 'Eğitim Türü (Amaçlar) ve Hedefler' başlığı altında belirtilmiştir. ((2)A.2.1.2).

Kanıtlar:

[\(2\)A.2.1.1.Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Misyon Vizyon](#)

[\(2\)A.2.1.2.Bologna Bilgi Paketi Amaçlar ve Hedefler](#)

A.2.2. Stratejik Amaç ve Hedefler

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Balıkesir Üniversitesi'nin 2020-2024 Dönemi Stratejik Planı'nda açıklanan amaç ve hedeflere ulaşabilmesi için belirlenen stratejileri izlemektedir. Örneğin bu çerçevede stratejik planda yer alan konulardan olan girişimcilik konusundaki bakış açısına benzer olarak, 2024-2025 yılından itibaren bölüm ders planına 'Girişimcilik' dersi zorunlu ve 2 AKTS olacak şekilde eklenmiştir. İlgili kısma Bologna Bilgi Paketi'ndeki 'Dersler' başlığı altından erişilebilmektedir. ((2)A.2.2.1.).

Kanıtlar:

[\(2\)A.2.2.1.Girişimcilik Dersinin Planlara Eklenmesi](#)

A.2.3. Performans Yönetimi

Balıkesir Üniversitesi 2020-2024 Dönemi Stratejik Planında belirlenen amaç ve hedeflere yönelik performans göstergeleri tanımlanmıştır, fakat bölümde performans yönetimi uygulamaları bulunmamaktadır. ((1)A.2.3.1)

Kanıtlar:

[\(1\)A.2.3.1.Balıkesir Üniversitesi 2020 2024 Stratejik Planı](#)

A.3. Yönetim Sistemleri

A.3.1. Bilgi Yönetim Sistemi

Bilgi yönetim sistemi, ağ güvenliği, kişisel verilerin korunması ve işlenmesine yönelik önlemler ve güçlendirme çalışmaları Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü Bilgi İşlem Daire Başkanlığı tarafından ((2)A.3.1.1) sağlanmakta ve düzenlenmektedir. Siber tehditlere yönelik riskler hakkındaki güncel duyurular personellere kurumsal e-posta üzerinden zaman zaman yapılmaktadır.

Kanıtlar:

[\(2\)A.3.1.1.BAÜN Bilgi İşlem Daire Başkanlığı Web Sayfası](#)

A.3.2. İnsan Kaynakları Yönetimi

İnsan kaynakları yönetimi Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü Personel Daire Başkanlığı ((2)A.3.2.1) ve diğer ilgili birimleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Ayrıca bölümdeki akademik personellerin kişisel sayfalarından iletişim bilgileri, verdiği dersler, akademik çalışmaları gibi çeşitli bilgilere ulaşılabilir. ((2)A.3.2.2).

Kanıtlar:

[\(2\)A.3.2.1.BAÜN Personel Daire Başkanlığı](#)

[\(2\)A.3.2.2.BAÜN Akademik Bilgi Sistemi](#)

A.3.3. Finansal Yönetim

Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü aylık mali tablolarını düzenli olarak kurumsal internet sitesinden kamuoyuna sunmaktadır. Bütçe giderleri, ödenekler, harcama kalemleri ve bütçe gelirleri kurum bazlı, fonksiyonel ve finansal açılardan tablolara belirtilmektedir. Örnek bir uygulama olması açısından Ekim 2024 mali tablosu kanıt olarak gösterilmiştir. ((3)A3.3.1).

Kanıtlar:

[\(3\)A.3.3.1.BAÜN Ekim Ayı Mali Tablo](#)

A.3.4. Süreç Yönetimi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü süreçlerin yönetilmesi noktasında Balıkesir Üniversitesi Kalite Koordinatörlüğü'nün hazırladığı ve uygulamakta olduğu Süreç Yönetim El Kitabı'ndaki eylemlere uygun davranmaktadır. Bu açıdan Balıkesir Üniversitesi'nin belirlediği politikalara uyum sağlanmakta ve bölümün bakış açısı bu çalışmalara uygun sürdürülmektedir. ((3)A.3.4.1).

Kanıtlar:

[\(3\)A.3.4.1.BAÜN Sürec El Kitabı](#)

A.4. Paydaş Katılımı

A.4.1. İç ve Dış Paydaş Katılımı

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde iç ve dış paydaş katılımına önem verilmektedir. Bölüm öğrencileri için mesleki etkinlikler ve söyleyişler düzenlenmekte, ayrıca öğrencilerin üniversitede gerçekleştirilen genel nitelikteki bilimsel, toplumsal ve kültürel etkinliklere katılımını sağlanarak iç ve dış paydaş katılımının en üst seviyeye çekilmesi hedeflenmektedir. Etkinliklerin veya planlamaların ardından paydaş katılımı süreçleri geri bildirimlerle ele alınarak gerekli iyileştirmeler gerçekleştirilmektedir.

Pazarlama ve Reklamcılık bölümü iç ve dış paydaşlarının katılımcıları şu şekildedir: Listede aktif olarak eğitim alan bölüm öğrencileri, mezun öğrenciler, bölüm öğretim elemanları öğrenci temsilcisi ve sektörel temsilcileri bulunmaktadır. Bu çerçevede iç ve dış paydaş katılımı ile ilgili olarak 2024 yılında aşağıda yer alan gelişmeler örnek olarak gösterilebilmektedir.

27.04.2024 tarihinde gerçekleştirilen “Pazarlama Buluşmaları 2024-I” kapsamında Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü emekli öğretim elemanları değerli Dr. Öğr. Üyesi Ender Yönet ve Öğr. Gör. Nuray Yönet konuşmacı olarak etkinliğe katılmışlardır. Emekli hocalarımız bölüm ve meslek hakkındaki düşüncelerini ve geçmişteki deneyimlerini öğrencilere aktarmıştır. ((4)A.4.1.1).

22.05.2024 tarihinde ise “Pazarlama Mesleki Paylaşım Günleri 2024” etkinliği gerçekleştirilmiştir. Bu etkinlikte Eker Süt Ürünleri A.Ş. Bursa Bölge Müdürü ve aynı zamanda değerli mezunumuz ve paydaşımız Selman Aydoğan “Değişen Dünyada Satış Yönetimi” konusu kapsamında meslek hakkındaki görüşlerini ve deneyimlerini öğrencilere aktarmıştır. ((4)A.4.1.2).

Temmuz ayında dış paydaşlarla yapılan sürekli iyileştirme toplantıları kapsamında Garanti Bankası Anafartalar Şube Müdürü ve aynı zamanda eski mezunumuz Hasan İçöz ile görüşülmüştür. Eski mezunumuz ve Kredi Kayıt Bürosu Findeks İzmir Bölge İletişim Yöneticisi Sayın Seçil Uçarsoy ve Findeks İzmir Bölge Müdürü Sayın Serkan Oyan ile de benzer olarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Dış paydaşlarla olan son toplantıda ise Hatemoğlu çalışanı ve 2022 yılı Pazarlama Bölümü birincisi Arda Berke Ergen ile görüşme yapılmıştır. Kendilerinden sektöre ve çağa uygun olarak bölüm derslerinin güncellenmesi hakkında değerli görüşlerini alınmıştır. ((4)A.4.1.3).

“Pazarlama Buluşmaları 2024-II” etkinliği 18 Kasım 2024 tarihinde düzenlenmiştir. BEST Transformer Pazarlama ve İletişim Bölümü Müdürü Ahmet Kerem Köseoğlu’nun katılımcı olduğu etkinlikte sektörel gelişmeler, pazar dinamikleri, gelecekte olması beklenen gelişmeler ve iyi bir iş yeri çalışanında aranan özellikler hakkında konuşmalar yapılmıştır. Balıkesir MYO Pazarlama ve Reklamcılık öğrencilerinin sektör ve mesleki işleyiş hakkındaki sorularıyla bitirilen etkinlikte, ayrıca mevcut trendler hakkında görüşlere de yer verilmiştir. ((4)A.4.1.4).

Öğretim elemanları Bölüm Başkan V. Öğr. Gör. Nevin Polat, Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can Tokmak ve Öğr. Gör. Dr. Fulya Güngör bölümle ilgili kararların alınması ve yürütülmesi çerçevesinde sık sık toplantılar gerçekleştirmektedir. Bu çerçevede Bölüm Danışma Kurulu’nun güncellenmesi, öğrenci temsilcisi seçimi, bölüm kariyer danışmanı gibi birçok karar alınıp kamuoyuna aktarılmaktadır. ((4)A.4.1.5).

Ayrıca bölümde gerçekleştirilen etkinlikler hakkındaki öğrenci görüşleri anket soruları ile öğrenilmekte ve gelecekte planlanan etkinliklerin iyileştirilmesi için anket sonuçları

incelenmektedir. ((4)A.4.1.6).

Kanıtlar:

[\(4\)A.4.1.1.Pazarlama Buluşmaları 2024-I](#)

[\(4\)A.4.1.2.Pazarlama Mesleki Paylaşım Günleri 2024](#)

[\(4\)A.4.1.3.Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Dış Paydaş Toplantıları](#)

[\(4\)A.4.1.4.Pazarlama Buluşmaları 2024-II](#)

[\(4\)A.4.1.5.Pazarlama ve Reklamcılık Bölüm Toplantısı](#)

[\(4\)A.4.1.6.Etkinlik Öğrenci Memnuniyet Anketi](#)

A.4.2. Öğrenci Geri Bildirimleri

Pazarlama ve Reklamcılık bölümünde öğrenci geri bildirimlerinin incelendiği ve bu geri bildirimlere yönelik olarak gerekli düzenlemelerin yapıldığı belirlenebilmektedir. Geri bildirimlerde yapıcı ve uzlaşıcı davranılmakta, müzakere sonucunda geri bildirimler hakkında çözüm yolları aranmaktadır.

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü 2024-2025 eğitim ve öğretim yılındaki müfredat güncellemelerinde eski mezunlarımız ve dış paydaşlarımız olan Hasan İçöz, Seçil Uçarsoy ve Arda Berke Ergen ile sektör temsilcilerinin görüşleri neticesinde düzenlemelerini gerçekleştirmiştir. ((4)A.4.2.1). Aktif olarak eğitim ve öğretim alan öğrencilerimizi de sürece dahil edebilmek için her sınıf öğrenci temsilcileri seçmiş ardından ise yapılan bir diğer seçimle bölüm temsilcileri olarak Gurbet Yaşar ve Mustafa Sürücü isimli öğrenciler seçilmiştir ((4)A.4.2.2). Ayrıca etkinliklerin ardından sürekli iyileştirmelerin yapılması için bölüm bazlı olarak anket çalışmaları yapılmaktadır. ((4)A.4.2.3).

Tüm bu uygulamaların yanı sıra Balıkesir Rektörlüğü dönem sonlarında her ders hakkında öğrencilere anket atayarak, dersler hakkında bilgi ve görüşler almaktadır. Ayrıca Balıkesir Üniversitesi Kalite Koordinatörlüğü yapılan etkinliklerden sonra katılımcılardan anketle geri dönüşleri toplamaktadır.

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü olarak öğrencilerimizle olan ilişkilerimizde açıklığın ve şeffaflığın yanı sıra sosyal olarak etkileşimi artırmak için çeşitli aktiviteler yapılmaktadır. Bu aktivitelerdeki temel hedeflerin arasında bölüm öğrencileriyle yakınlığın kurulması ve bölüme olan aidiyetin yükseltilmesine katkı sağlanması vardır. ((3)A.4.2.4).

Kanıtlar:

[\(4\)A.4.2.1.Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Ders Planları](#)

[\(4\)A.4.2.2.Pazarlama ve Reklamcılık Öğrenci Temsilcileri](#)

[\(4\)A.4.2.3.Pazarlama ve Reklamcılık Etkinlik Anketi](#)

[\(3\)A.4.2.4.Pazarlama ve Reklamcılık Sosyal Aktivite](#)

A.4.3. Mezun İlişkileri Yönetimi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde mezun ilişkileri yönetimi için ayrı bir platform bulunmamaktadır. Fakat Balıkesir Üniversitesi'nin mezunları izlediği ve kayıt altına aldığı bir sistemi vardır. (1).

A.5. Uluslararasılaşma

A.5.1. Uluslararasılaşma Süreçlerinin Yönetimi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü öğrencileri Balıkesir Üniversitesi'nin anlaşmalı olduğu Erasmus+ süreçleri kapsamındaki çalışmalara tabiidir. Erasmus kapsamında öğrencilerin uluslararasılaşmasının sağlanabilmesi için Erasmus başvuru dönemlerinde öğrencilere tanıtım toplantıları yapılmaktadır. Bu kapsamda 2024 eğitim-öğretim yılında Öğr. Gör. Mehmet Can Tokmak bilgilendirme toplantısı yapmıştır. ((2)A.5.1.1). Ayrıca her eğitim-öğretim yılı

başlangıcında Bologna Bilgi Paketleri incelenmekte ve ders içeriklerindeki değişikliklere uygun olarak yeniden güncellenmektedir. ((2)A.5.1.2).

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü öğretim elemanı Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can Tokmak, BAÜN İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi tarafından, Bahçeşehir Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Erdoğan Koç'un konuşmacı olduğu "SSCI İndeksli Dergilerde Yayın Yapma" başlıklı konferansa katılım göstermiştir. ((3)A.5.1.3).

Kanıtlar:

[\(2\)A.5.1.1.Erasmus Tanıtım Toplantısı](#)

[\(2\)A.5.1.2.Bölüm Bologna Bilgi Paketi](#)

[\(3\)A.5.1.3.BAÜN Uluslararası Yayın Konferansı](#)

A.5.2. Uluslararasılaşma Kaynakları

Uluslararasılaşma kaynakları hakkındaki süreçler Balıkesir Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Araştırma ve Uygulama Merkezi tarafından yürütülmekte olup, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü'nün herhangi bir uygulaması bulunmamaktadır. (1).

A.5.3. Uluslararasılaşma Performansı

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde uluslararası bir hareketlilik olmadığı için herhangi bir uluslararasılaşma performansı sonucu bulunmamaktadır. (1).

B. EĞİTİM VE ÖĞRETİM

B.1. Programların Tasarımı, Değerlendirilmesi ve Güncellenmesi

B.1.1. Programların Tasarımı ve Onayı

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünün amaçlarına uygun olarak yürütülen eğitim ve öğretim planları Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikleri çerçevesinde düzenlenmektedir. Bu sebeple hem YÖK hem de ulusal ve uluslararası pazarlama ve reklamcılık, pazarlama, reklamcılık, halkla ilişkiler ve tanıtım, vb. programlar ile bölümler takip edilmekte ve ders içeriklerinin ve müfredatın güncelliği sağlanmaktadır. Ayrıca bölüm danışma kurulu ile de toplantılar yapılarak program derslerinin tasarımı yapılmaktadır. Programdaki derslerin tasarımında ve planlanmasında mesleki bilgi seviyesinin yanı sıra öğrencilerin kültürel ve sosyal gelişiminin artırılması ve toplumsal duyarlılıklarının geliştirilmesine de önem verilmektedir. Öğretim programlarının amaçları ((3)B.1.1.1) ve ders planları ((4)B.1.1.2) bu amaçlara uygun olarak yürütülmektedir.

Kanıtlar:

[\(3\)B.1.1.1.Pazarlama ve Reklamcılık Program Amaçları](#)

[\(4\)B.1.1.2.Pazarlama ve Reklamcılık Ders Plan Güncellemesi](#)

B.1.2. Programın Ders Dağılım Dengesi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde mesleki eğitime yönelik zorunlu ve seçmeli dersler bulunmaktadır. Her eğitim-öğretim yılında ders müfredatlarında ve ders programlarında iyileştirilmeler yapılmaktadır. Bölümde öğrencilerin iş hayatını görmesi ve mesleki bilgilerini kullanabilmesi için zorunlu staj uygulaması vardır. Ayrıca ders programında yer alan derslerin içerikleri de gerekli görüldüğünde düzenlenmektedir. Derslerle ilgili kanıtlara OBS’de yer alan ‘Dersler’ kısmından ilgili eğitim-öğretim yılı seçilerek ulaşılabilmektedir. ((4)B.1.2.1). Öğretim elemanlarının verdiği ders yüklerinin planlanmasında uzmanlık alanları dikkate alınmaktadır. Bu çerçevede ders dağılımlarının eşit ve benzer olmasına dikkat edilmektedir. ((3)B.1.2.2).

Kanıtlar:

[\(4\)B.1.2.1.Pazarlama ve Reklamcılık OBS Bilgi Paketi](#)

[\(3\)B.1.2.1.Pazarlama ve Reklamcılık Ders Dağılımları](#)

B.1.3. Ders Kazanımlarının Program Çıktıları ile Uyumu

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümündeki derslerin öğrenme kazanımları her ders için ayrı olarak tanımlanmıştır. Bu derslerin öğrenme çıktıları ise program yeterlilikleriyle eşleştirilmiştir. OBS’de yer alan ‘Ders ve Program Yeterlilikleri İlişkisi’ ve ‘TYYÇ – Program Yeterlilikleri’ başlıklarında derslerin bölümle ilgili kazanımları ve yetkinlikleri belirtilmiştir. ((4)B.1.3.1). Ayrıca bu amaca uygun olarak bu sene Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü program çıktılarının hepsi güncellenmiştir. ((4)B.1.3.2).

Kanıtlar:

[\(4\)B.1.3.1. Pazarlama ve Reklamcılık OBS TYYÇ Yeterlilikleri](#)

[\(4\)B.1.3.2.Pazarlama ve Reklamcılık Program Yeterlilikleri Güncelleme](#)

B.1.4. Öğrenci İş Yüküne Dayalı Ders Tasarımı

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü ders formlarında öğrencinin o derste yapacağı etkinliklerin (teorik ders saati, uygulamalı ders saati, sunum/seminer hazırlama, sınavlar, ödevler ve sınıf dışı çalışma süresi vb.) haftalık ve dönem boyu toplam iş yükleri süre bazında ifade edilmiştir.

Bu anlamda bölümde öğrencilerin aktif öğrenme becerisine yönelik içerikler ve ders planları hazırlanmaktadır. Öğrenci iş yüküne dayalı olarak belirlenen ders AKTS'leri kamuoyuna açık olarak üniversitenin resmi web sayfasında yer alan 'Bilgi Paketi' başlığı adı altında duyurulmaktadır. Tüm bölümlerde dersin sorumlu öğretim elemanı tarafından gerekli görüldüğünde ders bilgi paketleri güncellenmektedir. AKTS hesaplamasını da içeren tüm derslerle ilgili ders tasarımları süreçlerine OBS'den ilgili dersin kodu üzerinden erişilebilmektedir. ((3).B.1.4.1).

Kanıtlar:

[\(3\).B.1.4.1.İs_Yukune_Dayalı_Ders_Planları](#)

B.1.5. Programların İzlenmesi ve Güncellenmesi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü tarafından hazırlanan Bilgi Paketi ve Ders İçerikleri formlarında dersler ile ilgili içerikler sunulmakta, aynı zamanda derslerin program çıktılarına katkı düzeyleri her bir program çıktısı için ayrı ayrı olmak üzere verilmektedir. ((2)B.1.5.1).

Eğitim planının öngörüldüğü biçimde uygulanması dersi yürüten öğretim elemanlarının sorumluluğu altındadır. Müfredatın güncellenmesi ve geleceğe yönelik alınması gereken tedbirleri her dönem sonunda durum değerlendirmesi yaparak ve analiz ederek gerekli gördükleri değişiklikleri bölüm kurullarında bildirmektedirler. ((2)B.1.5.2).

Bölüm olarak yıllık öz değerlendirme raporlarında da tüm iç ve dış paydaş ile yapılan istişareler neticesinde güncellenen bilgiler izlenmektedir. ((3)B.1.5.3).

Kanıtlar:

[\(2\)B.1.5.1.Ders_Bilgi_Paketi](#)

[\(2\)B.1.5.2.Ders_Planı_Guncellemesi](#)

[\(3\)B.1.5.3.Oz_Degerlendirme_Raporu](#)

B.1.6. Eğitim ve Öğretim Süreçlerinin Yönetimi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Balıkesir MYO'nun organizasyonel yapısının altında sisteme bütünleşmiş bir şekilde eğitim ve öğretim süreçlerine dahil olmaktadır. Bu süreçler bölüm başkanı ve yardımcısının koordineli çalışmalarıyla gerçekleştirilmektedir. Pazarlama ve Reklamcılık Bölüm Başkanı Öğr. Gör. Nevin Polat aynı zamanda Yüksekokul Yönetim Kurulu üyesidir ve burada alınan kararlarda katılımcıdır. ((3)B.1.6.1).

Bölüm, Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğünün eğitim-öğretim ve sınav yönetmelikleri uygulamaktadır. Bu çerçevede belirlenen akademik takvime uyulmakta ve Balıkesir MYO'da alınan kararlara uyum sağlanmaktadır. ((3)B.1.6.2).

Ayrıca Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü öğretim üyeleri Balıkesir MYO içindeki süreçlerin gerçekleştirilmesi çerçevesinde çeşitli komisyonlarda yer almaktadır. Öğr. Gör. Nevin Polat MEDEK, Staj ve Sosyal-Kültürel Faaliyetler komisyonlarında, Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can Tokmak Birim Kalite, MEDEK ve Sosyal-Kültürel Faaliyetler komisyonlarında ve Öğr. Gör. Dr. Fulya Güngör ise MEDEK, Sosyal-Kültürel Faaliyetler ve Web Sayfası komisyonlarında Balıkesir MYO tarafından görevlendirilmişlerdir. (4)B.1.6.3).

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü ayrıca MEDEK tarafından verilen akredite belgesini almak için eğitim ve öğretim süreçlerinin iyileştirilmesi faaliyetlerine Haziran 2024 itibarıyla başlamıştır. Bu çerçevede iyileştirme toplantıları yapılmakta, bölüm içi geliştirme çalışmaları

sürdürülmektedir. ((4)B.1.6.4).

Kanıtlar:

[\(3\)B.1.6.1.Pazarlama ve Reklamcılık Bolum Baskani Temsili](#)

[\(3\)B.1.6.2.BAUN Egitim Ogretim ve Sinav Yonetmelikleri](#)

[\(4\)B.1.6.3.MYO Komisyon Uyeleri](#)

[\(4\)B.1.6.4.Pazarlama ve Reklamcılık Surekli İyilestirme Toplantıları](#)

B.2. Programların Yürütülmesi (Öğrenci Merkezli Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme)

B.2.1. Öğretim Yöntem ve Teknikleri

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümüne ait ders bilgi paketinde; ilgili dersin içeriği, amacı, kazanımları, derste kullanılan öğretim yöntem ve teknikleri, etkinlikler, dersin program çıktılarına katkısı, ders kaynakları ve değerlendirme ölçütleri yer almaktadır. ((3)B.2.1.1).

Pazarlama programının ders bilgi paketlerinin (ders içeriklerinin veya ders işleniş yöntemlerinin) güncellenmesinde ya da iyileştirilmesinde, organize edilen seminerlerden, iç ve dış paydaşlardan alınan görüşlerden ve öğrencilerin katılımlarıyla gerçekleşen etkinliklerden alınan geribildirimlerden yararlanılmaktadır. Bu doğrultuda programlara ait ders planlarında gerekli iyileştirmeler ve değişiklikler yapılmaktadır. ((4)B.2.1.2).

Kanıtlar:

[\(3\)B.2.1.1.Pazarlama ve Reklamcılık Ders Bilgi Paketleri](#)

[\(4\)B.2.1.2.Pazarlama ve Reklamcılık Dis Paydas Toplantıları](#)

B.2.2. Ölçme ve Değerlendirme

Pazarlama ve Reklamcılık ders bilgi paketlerinde, ölçme-değerlendirme amaçlı hangi etkinliklerin öğrencilere yaptırılacağı ve bu etkinliklerin değerlendirmeye katkıları yüzde olarak ilan edilmektedir. ((3)B.2.2.1.)

Derslerde değerlendirme işlemleri Balıkesir Üniversitesi Bağlı Değerlendirme Yönergesine göre yapılmaktadır. Sınav takvimi, okulumuz web sayfasında BAUN Ön Lisans ve Lisans Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'ne uygun olarak duyurulmaktadır. ((3)B.2.2.2).

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde öğrenci merkezli ölçme ve değerlendirme kapsamında; zorunlu staj uygulamaları, proje hazırlama ve sunum yapma gibi katılımı ve uygulamayı destekleyen süreçler bulunmaktadır. ((3)B.2.2.3.)

Kanıtlar:

[\(3\)B.2.2.1.Pazarlama ve Reklamcılık Bilgi Paketi](#)

[\(3\)B.2.2.2.BAUN Egitim Ogretim ve Sinav Yonetmelikleri](#)

[\(3\)B.2.2.3.Staj ve Egitim Uygulama Karari](#)

B.2.3. Öğrenci Kabulü, Önceki Öğrenmenin Tanınması ve Kredilendirilmesi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü öğrenci kabulü süreçlerini YÖK'ün ilgili işleyişlerine uygun olarak sürdürmektedir. Yatay geçişle bölüme gelen öğrencilerin önceki öğrenme notlarının tanınması ve kredilendirilmesi ise Balıkesir Üniversitesi Yatay Geçiş Yönergesine uygun şekilde yapılmaktadır. ((3)B.2.3.1.

Kanıtlar:

[\(3\)B.2.3.1.BAUN Yatay Gecis Yonergesi](#)

B.2.4. Yeterliliklerin Sertifikalandırılması ve Diploma

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü yeterliliklerin sertifikalandırılmasına yönelik akreditasyon sürecine tabiidir. ((3)B.2.4.1.). Mezun öğrencilerimizin mezun olma süreçleri ve verilecek diplomaları ise Balıkesir Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'nın ilgili mevzuatlarına uygun olarak gerçekleştirilmektedir. ((3)B.2.4.2).

Kanıtlar:

[\(3\)B.2.4.1.Pazarlama ve Reklamcılık Akreditasyon Sureci](#)

[\(3\)B.2.4.2.BAÜN Mezuniyete İlişkin Yonerge](#)

B.3. Öğrenme Kaynakları ve Akademik Destek Hizmetleri

B.3.1. Öğrenme Ortam ve Kaynakları

Öğrenme kaynakları olarak ders kitapları, ansiklopedi ve tüm kaynaklara BAÜN bünyesindeki Mehmet Akif Ersoy Merkez Kütüphanesi'nden basılı olarak ya da kütüphane web sayfası üzerinden sağlanabilmektedir. ((2)B.3.1.1).

Ayrıca BAÜN Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi (UZEM) tarafından ortak zorunlu derslerin yürütülmesi sağlanmakta ve ilgili derslerin öğretim elemanları derslerini çevrimiçi ortamlarda sürdürmektedir ((2)B.3.1.2).

Kanıtlar:

[\(2\)B.3.1.1.BAÜN Kutuphane İmkanları](#)

[\(2\)B.3.1.2.BAÜN UZEM](#)

B.3.2. Akademik Destek Hizmetleri

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümündeki tüm öğretim elemanları haftada iki saat öğrenci görüşme saatini programlarına eklemişler ve kapılarında belirtmişlerdir. Ayrıca öğrencilere danışman öğretim elemanları atanmıştır. Danışmanlıklara öğrenciler OBS üzerinden erişilebilmektedir. ((2)B.3.2.1).

Kanıtlar:

[\(2\)B.3.2.1.Oğrenci Danismanliklari OBS](#)

B.3.3 Tesis ve Altyapılar

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümüne ait bir çalışma ofisi ya da laboratuvar yoktur. Fakat bölüm toplam 160 M2'ye denk gelen üç adet derslik kullanmaktadır. (1).

B.3.4. Dezavantajlı Gruplar

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü dezavantajlı öğrenciler için Balıkesir MYO'nun sahip olduğu olanaklara tabiidir. (1).

B.3.5. Sosyal, Kültürel, Sanatsal, Sportif Faaliyetler

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde sosyal, kültürel ve sportif faaliyetler düzenlenmektedir. 2024 yılı içinde bölümde bu çerçevede yedi adet (Pazarlama Buluşmaları-I ve II, Pazarlama Mesleki Paylaşım Günleri, Sınır Ötesi E-Ticaret Konferansı, Endüstriyel Sektörler Fuarı, Kadın Çalıştayı Kapsamındaki Tiyatro Günü ve bölüm öğretim elemanları ile öğrencileri arasında gerçekleştirilen halı saha" etkinliklerine katılımın olduğu görülmektedir ((4)B.3.5.1).

Kanıtlar:

[\(4\)B.3.5.1.Pazarlama ve Reklamcılık Bolum Haberleri](#)

B.4. Öğretim Kadrosu

B.4.1 Atama, Yükseltme ve Görevlendirme Kriterleri*

Pazarlama ve Reklamcılık bölümü Balıkesir Üniversitesinin belirlediği atama, yükseltme ve görevlendirme süreçleri ile kriterlerine uymaktadır. Bu süreçler Personel Daire Başkanlığı Biriminde açık bir şekilde “Akademik Yükseltme ve Atama Kriterleri Yönergesi” ile belirlenmiştir. ((3)B.4.1.1).

Kanıtlar:

[\(3\)B.4.1.1.BAUN Atanma Kriterleri Yonergesi](#)

B.4.2 Öğretim Yetkinlikleri ve Gelişimi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü öğretim elemanları Cumhurbaşkanlığı Uzaktan Eğitim Kapısı platformunda yer alan ve BAÜN Rektörlüğünün belirlediği eğitimleri belli süreçlerde almaktadır. ((2)B.4.2.1).

Kanıtlar:

[\(2\)B.4.2.1.Uzaktan Egitim Kapisi](#)

B.4.3. Eğitim Faaliyetlerine Yönelik Teşvik ve Ödüllendirme*

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde herhangi bir teşvik ve ödüllendirme mekanizması bulunmamaktadır. (1).

C. ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME

C.1. Araştırma Süreçlerinin Yönetimi ve Araştırma Kaynakları

C.1.1. Araştırma Süreçlerinin Yönetimi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde araştırma süreçlerinin yönetimi için herhangi bir uygulama durumu yoktur. (1).

C.1.2. İç ve Dış Kaynaklar

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümüne araştırma-geliştirme faaliyetleri için özel olarak verilen ve aktarılan bir bütçe yoktur. Araştırma ve geliştirme faaliyetleri için bölüm öğretim elemanlarının başvurması halinde Rektörlük tarafından BAP ile iç kaynak desteği yapılabilmektedir. (2)C.1.2.1). Bölüm öğretim elemanlarından Öğr. Gör. Dr. Fulya Güngör devam etmekte olan 3 BAP projesinde araştırmacı olarak yer almaktadır. Bu projeler tabloda verilmiştir.

Kanıtlar:

[\(2\)C.1.2.1.BAÜN_BAP_Yönergesi](#)

Tablo 5. 2024 yılı itibariyle Birim bünyesinde yürütülen proje sayıları ve bütçeleri

	Devam Eden Proje Sayısı	Yıl İçinde Eklenen Proje Sayısı	Toplam	Yıl İçinde Tamamlanan Proje	Toplam Ödenek TL	Toplam Harcama TL
CSBB (Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı)						
TÜBİTAK						
Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP)	3	0	3	0		
Uluslararası Kurumlar Tarafından Desteklenen						
Proje Yürütücüsünün Balıkesir Üniversitesi Dışındaki Kurumlarda Olduğu Projeler						
Diğer*						
TOPLAM						

(4)C.1.2.2.Bilimsel_Araştırma_Projeleri

Proje Adı	Görevi	Proje Destek Türü	Bütçe	Başlangıç Tarihi	Bitiş Tarihi
Engelli Bireyler İçin Erişilebilir Sağlık İletişimi ve Toplumsal Farkındalığın Artırılması	Araştırmacı	Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi (BAP)	90.000 TL	17/04/2024	Devam Ediyor
Endüstriyel Mutfaklarda İnovasyon	Araştırmacı	Yükseköğretim Kurumları	96.000 TL	23/09/2023	Devam Ediyor

Olgusunun Uygulanabilirliğine Yönelik Bir Araştırma		tarafından destekli bilimsel araştırma projesi (BAP)			
Otelcilik Otomasyon Yazılımı Eğitiminin Üniversitelerdeki Mevcut Durumu ve Sektördeki Karşılığına Yönelik Bir Araştırma	Araştırmacı	Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi (BAP)	100.000 TL	14/04/2024	Devam Ediyor

C.1.3. Doktora Programları ve Doktora Sonrası İmkanlar

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde doktora ve doktora sonrası araştırma imkanları hakkında şu gerçekleştirilen bir uygulama bulunmamaktadır. (1).

C.2. Araştırma Yetkinliği, İşbirlikleri ve Destekler

C.2.1. Araştırma Yetkinlikleri ve Gelişimi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü öğretim üyeleri yürüttükleri makale çalışmaları, bilimsel etkinlikler ve proje çalışmaları için gerekli durumlarda araştırmalar gerçekleştirmektedir. Fakat bunun dışında gerçekleştirilen özel araştırma çalışmaları yoktur. (1).

C.2.2. Ulusal ve Uluslararası Ortak Programlar ve Ortak Araştırma Birimleri

Pazarlama Reklamcılık Bölümünde ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleştirilen ortak programlar ve ortak araştırma birimlerinin oluşturulması yönünde uygulamalar ve iş birlikleri bulunmamaktadır. (1).

C.3. Araştırma Performansı

C.3.1. Araştırma Performansının İzlenmesi ve Değerlendirilmesi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde bilimsel çalışmaların gerçekleştirilmesi için alanla ilişkili bilimsel araştırmalar yapılmaktadır. Bölüm internet sitelerinde yayınlanan öz değerlendirme raporlarından araştırma performansları hakkındaki bilgilere ulaşılabilir. ((3)C.3.1.1).

Kanıtlar:

[\(3\)C.3.1.1.Ozdegerlendirme_Raporlari](#)

C.3.2. Öğretim Elemanı/Araştırmacı Performansının Değerlendirilmesi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümündeki öğretim elemanlarının araştırma-geliştirme çalışmalarını ve performansları yıllık olarak değerlendirilmektedir.

(4)C.3.2.1.Pazarlama_ve_Reklamcılık_Bölümü_Bildiri_Sayıları

Tablo 6. 2024 Yılında Düzenlenen Bilimsel Etkinliklerde Sunulan Bildiri Sayısı

BÖLÜM/PROGRAM ADI	Sempozyum		Kongre		Konferans		Diğer**	
	A	B	A	B	A	B	A	B
Pazarlama ve Reklamcılık	1	-	-	2				
A: Ulusal B: Uluslararası								

1	Güngör, F. , Saçkes, E., & Kılıç, J. (2024). Digital Women Entrepreneurship and Tourism Examples From Turkey. Presented at The VIII. International Applied Social Sciences Congress - C-İasos 2024, Peja –Kosovo, 2-5 October 2024.
2	Kılıç, J., Saçkes, E., & Güngör, F. (2024). Relationship Between Globalization and Tourism in Selected Countries: Panel ARDL Model. Presented at The VIII. International Applied Social Sciences Congress - C-İasos 2024, Peja –Kosovo, 2-5 October 2024.
3	Tokmak, M. C. (2024). İklim Değişikliği Kapsamında Yeşil Pazarlama: Nike ‘Move to Zero’ Kampanya Örneği. Çevre ve İletişim Sempozyumu, 10-11 Ekim 2024, Zonguldak-Türkiye.

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde yıl içinde yayınlanan bir adet uluslararası kitap yazarlığı bulunmaktadır. ((4)C.3.2.2)

[\(4\)C.3.2.2.Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Kitap](#)

Tablo 7. 2024 Yılında Yayınlanan Makale ve Kitap Sayıları

BÖLÜM/PROGRAM ADI	1	2	3	4	5	6	7	8
Pazarlama ve Reklamcılık						1		
1.SCI, SCI-Expanded, SSCI ve AHCI kapsamındaki indekslerde 2.SCI, SCI-Expanded, SSCI ve AHCI kapsamı dışındaki uluslararası indekslerde (Alan indeksi vb.) 3.Ulakbim TR dizin 4.Ulusal kitap yazarlığı 5.Ulusal kitap editörlüğü ve / veya bölüm yazarlığı 6.Uluslararası kitap yazarlığı 7.Uluslararası kitap editörlüğü ve / veya bölüm yazarlığı 8.Uzmanlık alanında uluslararası kitap / bölüm çevirileri								
1	Tokmak, M. C. (2024). Dijital Diplomasi Politikaları, Nobel Bilimsel Eserler, Ankara, Türkiye.							

D. TOPLUMSAL KATKI

D.1. Toplumsal Katkı Süreçlerinin Yönetimi ve Toplumsal Katkı Kaynakları

D.1.1. Toplumsal Katkı Süreçlerinin Yönetimi

Pazarlama ve Reklamcılık bölümü olarak, öğrencilerin toplumsal süreçlerle ilişkili farkındalık sağlamalarını ve katkı sunmalarını sağlamak adına çeşitli sosyal, kültürel ve spor etkinliklerine katılmaları teşvik edilmektedir. Bu amaç doğrultusunda, Pazarlama Programı Bölüm Başkanı V. Öğr. Gör. Nevin POLAT ve bölüm öğrencileri 25 Kasım 2024 tarihinde Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Kent Konseyi ortaklığında Avlu Kongre ve Kültür Merkezinde düzenlenen ‘Kadın Çalıştay’ kapsamında gerçekleştirilen tiyatro oyununa katılım göstermişlerdir. “25 Kasım Kadına Yönelik Şiddete Karşı Uluslararası Mücadele Günü’nün 25. Yılı”nda farkındalık oluşturmak için Şebnem İşgüzel’in yazdığı, Berfin Zenderiloğlu’nun yönettiği ve Nazan Kesal’ın oynadığı, İranlı şair Furuğ Ferruhzad’ın biyografik hikayesinin anlatıldığı ‘Yaralarım Aştandır’ isimli tiyatro oyununda, kadının baskıya rağmen var olma mücadelesi değerli oyuncu Nazan Kesal’ın performansı ile sergilenmiştir. Tiyatroya bölüm öğrencilerimiz katılım göstermiştir ((3)D.1.1.1).

Bölümdeki öğrencilerimizin toplumsal, kültürel ve sosyal gelişimine katkıda bulunmak, toplumsal duyarlılıklarını artırmak ve kişisel becerilerini geliştirmek adına ders içerikleri hazırlanırken ilgili derslerde toplumsal süreçlere de yer verilmektedir. Örneğin Halkla İlişkiler dersinin “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” konusunda toplumsal gelişim süreçleri, yeşil çevre uygulamaları ve sürdürülebilirlik” konularına yer verilmektedir. ((2)D.1.1.2).

Ayrıca bölüm öğretim elemanlarından Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can Tokmak, BAÜN Rektörlüğü’nün Mimar Sinan Mühendisler Birliği ile olan anlaşması çerçevesinde “Mühendishane 2.0 İletişim Modülü” programına eğitmen olarak katılmıştır. Balıkesir Üniversitesi Mühendislik Fakültesi öğrencileri arasından seçilen bir ekibe “Kişisel Hayat Planı” üzerine 4 saatlik bir eğitim vermiştir. ((3)D.1.1.3).

Pazarlama ve Reklamcılık bölümü öğretim elemanları Öğr. Gör. Nevin Polat ve Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can Tokmak, Balıkesir MYO Madencilik ve Maden Çıkarma Bölüm Başkanı Prof.Dr. Ferihan Göktepe tarafından merhum eşi Prof. Dr. Mustafa GÖKTEPE adına Çağış Kampüsü Residorm Yurtları ana giriş yanında Hatıra Ormanı fidan dikimi etkinliğine katılım göstermiştir. ((2)D.1.1.4).

Kanıtlar:

[\(3\)D.1.1.1.Pazarlama ve Reklamcılık Tiyatro Katılımı](#)

[\(2\)D.1.1.2.Pazarlama ve Reklamcılık Bologna Ders Bilgi Paketleri](#)

[\(3\)D.1.1.3.Muhendishane Eğitim Programı](#)

[\(2\)D.1.1.4.Ağac Dikim Etkinliği Katılımı](#)

D.1.2. Kaynaklar

Pazarlama ve Reklamcılık bölümünde toplumsal katkı faaliyetlerinin sürdürülebilirliğine yönelik herhangi bir çalışma yoktur. (1).

D.2 Toplumsal Katkı Performansı

D.2.1.Toplumsal Katkı Performansının İzlenmesi ve Değerlendirilmesi

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünde toplumsal katkı performansının izlenmesine ve değerlendirmesine yönelik çalışmalar yoktur. (1).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Pazarlama ve Reklamcılık bölümünde birçok açıdan çalışma yapıldığı görülse de geliştirilmesi gereken noktalarda bulunmaktadır. Bu açıdan sürekli iyileştirme çalışmaları yapılmaktadır. Pazarlama ve Reklamcılık Bölümünün belirlediği güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri özet olarak aşağıda belirtilmiştir.

GÜÇLÜ YÖNLER

Bölümümüz öğretim elemanlarının akademik deneyimlerinin yanı sıra pazarlama ve reklamcılık alanında sektör deneyimleri bulunmaktadır.

Bölüm müfredatı ve ders içerikleri sektörün gereksinimleri gözetilerek güncellenmektedir.

Bölümümüz dış paydaşlarla iletişim halindedir. Her yıl öğrenci-sektör ve öğrenci mezun buluşmaları kapsamında etkinlikler gerçekleştirilmektedir.

YÖK tarafından bölümümüze verilen öğrenci kontenjanı 40 kişidir ve bu yıl yerleşme oranı %100'dür.

Bölüm öğretim elemanlarının öğrenci odaklı yaklaşımları iletişimi güçlendirmekte ve eğitim sürecini daha verimli kılmaktadır.

Derslerin MYO'ların doğası gereği uygulama ağırlıklı işlenmesi, öğrencilerin mesleki özgüvenini arttırmaktadır.

İYİLEŞTİRMEYE AÇIK YÖNLER

Bölüm öğrencilerinin sosyal, toplumsal ve kültürel etkinliklere katılımın teşvik edilmesi gerekmektedir.

Bölüme aidiyetin sağlanması ve içsel motivasyonun artması için etkinlik miktarı artırılmalıdır.

Mezun öğrencilerin yer aldığı bir veri tabanının eksikliği mevcuttur. Bunun sonucunda istihdam vb. konularda dayanışma ve iş birliği yetersizdir.

Çağış yerleşkesinin yaşayan bir kampüs olmak dışında; ders alınıp merkeze geri dönülebilecek bir yer oluşu üniversiteye olan bağın oluşmasını zorlaştırmaktadır.

Bölümün toplumsal katkı süreçlerinde daha etkin olması öğrencilerin kişisel gelişimine katkı sunabilecektir.

Akreditasyon sürecinin başarıyla tamamlanması bölümün kurum kimliğine katkı sunacaktır.