



BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
BALIKESİR MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

2024 YILI
PROGRAM ÖZ DEĞERLENDİRME RAPORU

*Bu rapor şablonu Balıkesir Üniversitesi Lisans Programları için Yükseköğretim Kalite Kurulu
– Kurum İç Değerlendirme Raporu Hazırlama Kılavuzu (Sürüm 3.2) ve Akreditasyon
Derneklerinin Öz Değerlendirme Ölçütleri örnek alınarak hazırlanmıştır.*

İÇİNDEKİLER

1	PROGRAMA İLİŞKİN GENEL BİLGİLER	4
1.1	İletişim Bilgileri	4
1.2	Program Dereceleri	4
1.3	Programın Türü	4
1.4	Programdaki Eğitim Dili	4
1.5	Programın Kısa Tarihçesi	4
1.6	Program Akreditasyonu	5
1.7	Bölüm/Program- Fakülte/MYO/YO Misyon ve Vizyonu	5
2	ÖLÇÜTLER.....	6
2.1	Öğrenciler	6
2.1.1	Öğrenci Kabulleri.....	6
2.1.2	Yatay ve Dikey Geçişler, Çift Anadal ve Ders Sayma	6
2.1.3	Öğrenci Değişimi	7
2.1.4	Danışmanlık ve İzleme.....	8
2.1.5	Ölçme ve Değerlendirme	9
2.1.6	Mezuniyet Koşulları	10
2.1.7	Öğrenci Memnuniyeti	11
2.2	Program Eğitim Amaçları.....	11
2.2.1	Tanımlanan Program Eğitim Amaçları	13
2.2.2	Program Eğitim Amaçlarını Belirleme Yöntemi	14
2.2.3	Program Eğitim Amaçlarının Yayınlanması	15
2.2.4	Program Eğitim Amaçlarının Güncellenme Yöntemi	15
2.3	Program Çıktıları	16
2.3.1	Tanımlanan Program Çıktıları.....	17
2.3.2	Program Eğitim Amaçlarını Belirleme Yöntemi	21
2.3.3	Program Çıktılarına Ulaşma	21
2.4	Sürekli İyileştirme	23
2.5	Eğitim (Öğretim) Planı (Müfredat)	24
2.5.1	Eğitim Planının Bileşenleri.....	28
2.6	Öğretim Kadrosu.....	32
2.6.1	Öğretim Kadrosunun Sayıca Yeterliliği	32
2.6.2	Öğretim Kadrosunun Nitelikleri.....	38
2.6.3	Atama ve Yükseltme	39
2.6.4	Ders Tanıtım Formları/Ders Ayrıntıları	39
2.7	Altyapı.....	39

2.7.1	<i>Eğitim için Kullanılan Alanlar ve Donanım</i>	39
2.7.2	<i>Diğer Alanlar ve Altyapı.....</i>	39
2.7.3	<i>Eğitim Araçları, Bilgisayar ve Bilişim Altyapısı.....</i>	40
2.7.4	<i>Kütüphane.....</i>	40
2.7.5	<i>Özel Önlemler</i>	40
3	PROGRAM GENEL DEĞERLENDİRMEYE YÖNELİK GZFT TABLOSU	41
	EKLER LİSTESİ	42

1 PROGRAMA İLİŞKİN GENEL BİLGİLER

1.1 İletişim Bilgileri

Tablo 1.1-1 Program İletişim Bilgileri

PAZARLAMA ve REKLAMCILIK BÖLÜMÜ			
	Unvanı, Adı, Soyadı	Telefon	e-posta
Bölüm/Program Başkanı	Öğr. Gör. Nevin POLAT	(266) 612 12 09	npolat@balikesir.edu.tr
Bölüm/Program Başkanı Yardımcısı	Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	(266) 612 12 09	mehmetcan.tokmak@balikesir.edu.tr
Birim Adresi	Çağış Yerleşkesi, Balıkesir Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, 10145. Balıkesir / TÜRKİYE		
Birim Web Adresi	https://balikesirmyo.balikesir.edu.tr/		
Birim e-posta Adresi	myo@balikesir.edu.tr		

1.2 Program Dereceleri

Pazarlama Programından mezun olan öğrenciler ‘Ön Lisans Diploması’ almaya hak kazanmaktadır.

1.3 Programın Türü

Pazarlama Programı 2024-2025 eğitim öğretim yılına kadar olan süreçte hem normal hem de ikinci öğretim olacak şekilde faaliyet göstermiştir. Fakat 2024-2025 eğitim öğretim yılında YÖK’ün aldığı karar doğrultusunda ikinci öğretimler kapatıldığı için sadece normal öğretim için öğrenci alımı yapmıştır. Hali hazırda I. Sınıf öğrencileri birinci öğretim, II. Sınıf öğrencileri ise hem normal hem de ikinci öğretim sınıflarıyla eğitime devam edilmektedir.

1.4 Programdaki Eğitim Dili

Pazarlama Programında eğitim dili Türkçe’dir. Sadece seçmeli dersler arasında bir adet İngilizce dilinde yürütülen ‘Mesleki Yabancı Dil’ dersi bulunmaktadır.

1.5 Programın Kısa Tarihçesi

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 Çağış 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.

1.6 Program Akreditasyonu

Pazarlama Programının şu an akredite belgesi yoktur. Fakat, bölüm 2024-2025 eğitim öğretim yılı itibariyle “MEDEK” tarafından denetlenmek üzere hazırlık sürecindedir. Bu kapsamda MEDEK’in ölçütlerine uygun olarak gerekli değışiklikler yapılmaktadır. Akreditasyona 2025 yılı itibariyle başvuru yapılması planlanmaktadır.

1.7 Bölüm/Program- Fakülte/MYO/YO Misyon ve Vizyonu

Balıkesir MYO Misyon:

“Pozitif bilimin ışığında, yüksek kalite standartlarıyla bilgi ve teknolojiyi kullanarak nitelikli ve konusunda uzman mezunlar yetiştirmek ve iş dünyası ile işbirliği içinde geleceğin nitelikli işgücü ihtiyacını karşılamak üzere değer yaratan bir eğitim kurumu olmak.

Evrensel değerlerle donatılmış, kendisini sürekli yenileyen, yaşam boyu öğrenmeyi hedef edinmiş, analiz ve sentez yapabilen, yaratıcı, girişimci, sorgulayıcı, etik değerleri özümsemiş, takım çalışmasına yatkın bireyler yetiştiren; YÖK ve üniversitemizin sağladığı imkanlar çerçevesinde Atatürk İlke ve İnkılâpları ışığında iş dünyasının gereksinim duyduğu nitelikli işgücü yetiştirmektedir.”

Balıkesir MYO Vizyon:

“Ulusal ve uluslararası meslek standartlarına uygun, vereceği eğitim ve öğretim ile öğrencilerimizin bölgenin, ülkemizin ve iş dünyasının kalkınmasına katkı sağlamaya yönelik üstün niteliklere sahip nitelikli iş gücü yetiştirmektedir. Üniversite, sanayi ve toplum işbirliğini arttırmaya yönelik yenilikçi ve girişimci uygulamaları devam ettirerek ulusal ve uluslararası alanda tanınan, saygın ve lider meslek yüksekokulu misyonumuzu sürdürmektedir.”

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü 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.”

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Vizyon:

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

2 ÖLÇÜTLER

2.1 Öğrenciler

2.1.1 Öğrenci Kabulleri

Pazarlama Programı ulusal ve uluslararası öğrenci kabul edilmektedir. Öğrencilerin kabul edilmesinde ise şu şartlar uygulanmaktadır:

Türk Vatandaşları İçin:

(1) Lise Diploması,

(2) Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) tarafından düzenlenen merkezi, ülke çapında bir öğrenci seçme ve yerleştirme sınavı yoluyla yerleştirme. Adaylar, merkezi sınav puanları ve lise not ortalamalarından oluşan bileşik puanlarına göre programlara yerleşir.

Uluslararası Öğrenciler İçin:

(1) Lise Diploması ve Türkiye Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından verilen "Denklik Belgesi".

(2) Yükseköğretimde ulusal otorite olan Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından tanınan Uluslararası Öğrenci Sınavı (YÖS) veya SAT I, ACT vb. gibi uluslararası üniversite giriş sınavları. Adaylar, YÖS veya eşdeğer sınavlardan aldıkları puanlara göre programlara yerleşir.

Pazarlama Programında son üç yıl içinde kontenjanlar sabit kalmıştır. En düşük giriş puanları 2022-2023 ve 2023-2024 eğitim-öğretim yıllarındadır ve neredeyse aynıdır. Fakat sıralamalar ele alındığında 2022-2023 yılına göre 2023-2024 yılında yaklaşık 100 bin kişilik bir düşüş olmuştur. 2024-2025 eğitim öğretim yılında YÖK'ün devlet üniversitelerinde ikinci öğretim programlarını kapatması neticesinde hem en düşük puanla giren öğrencinin puanı 16 puan artış göstermiş hem de sıralama olarak en düşük giriş yaklaşık 250 bin kişi yukarıya çıkmıştır. En yüksek puanla giren öğrencilerin puanı son üç yıl içinde benzerlik göstermektedir.

Tablo 2.1-1 Program Öğrencilerinin Giriş Sınavı Derecelerine İlişkin Bilgi

Eğitim- Öğretim Yılı	Puan Türü	Kontenjan	Kayıt Yaptıran Öğrenci Sayısı	Giriş Sınavı (ÖSYS, Özel Yetenek) Puanı		Giriş Sınavı (ÖSYS, Özel Yetenek) Başarı Sırası	
				En yüksek	En düşük	En yüksek	En düşük
2024-2025	TYT	42	37	298.391	264,465	996.415	1.408.113
2023-2024	TYT	42	38	315.178	248,267	954.009	1.644.326
2022-2023	TYT	41	41	294.735	248,068	968.589	1.548.351

2.1.2 Yatay ve Dikey Geçişler, Çift Anadal ve Ders Sayma

“Balıkesir Üniversitesi Ön Lisans ve Lisans Programları Yatay Geçiş Yönergesi” kapsamında Pazarlama Programına yatay geçiş yapılabilmektedir. Programa yatay geçiş yapan öğrencilerin ders saydırma işlemlerinde daha önceki okulunda aldığı derslerin ve başarı puanlarının yer aldığı transkript belgelerine bakılmaktadır. Bu kapsamda ise programa gelen öğrencilerin başka programlarda ve/veya kurumlarda aldığı dersler ve kazanılmış kredilerin değerlendirilmesinde *“BAÜN Muafiyet ve İntibak İşlemleri Yönergesi”* esas alınmaktadır.

Yönergenin 6(3) maddesinde yer alan; “Muafiyet istenen dersin zorunlu veya seçmeli olması durumuna bakılmaksızın, eşdeğer sayılacak dersin ulusal kredisinin en az %65’ine, ulusal kredisi yoksa AKTS kredisinin en az %75’ine eşit olması gereklidir. İçerik değerlendirmesinde ise eşdeğer sayılacak derslerin içeriklerinin en az %75’inin uyumlu olması şartı aranır.”

Yönergenin 6(8) maddesinde yer alan; “Farklı programlardan muaf olunan derslerin toplam ulusal kredi/AKTS kredisi, ilgili bölüm ders planındaki derslerin toplam ulusal kredi/AKTS kredisinin %50’sini geçemez. Muaf olunabilecek derslerin ulusal kredi/AKTS kredisi toplamı %50’den fazla ise muafiyeti yapılacak olan derslerin seçiminde, öncelikle müfredatındaki sırasıyla dönem/yıl dersleri, sonra yüksek notlu dersleri ve son olarak yüksek ulusal kredi/AKTS kredili dersleri dikkate alınır. Aynı/eşdeğer bir programda öğrenim görüp başarılı olduğu derslerin muafiyet başvurusunda söz konusu ulusal kredi/AKTS kredisi sınırlaması aranmaz.” ifadelerine uygun olarak incelemeler ve değerlendirmeler yapılmaktadır.

Tablo 2.1-2 Yatay Geçiş, Dikey Geçiş ve Çift Anadal Bilgileri

Eğitim-Öğretim Yılı	Programa Başarı Puanına Göre Yatay Geçiş Yapan Öğrenci Sayısı	Programa Merkezi Yerleştirme Puanına Göre Yatay Geçiş Yapan Öğrenci Sayısı	Programa Dikey Geçiş Yapan Öğrenci Sayısı	Programda Çift Anadala Başlamış Olan Başka Bölümün Öğrenci Sayısı	Başka Bölümlerde Çift Anadala Başlamış Olan Program Öğrenci Sayısı
2024-2025	-	-	-	-	-
2023-2024	-	1	-	-	-
2022-2023	-	1	-	-	-

2.1.3 Öğrenci Değişimi

Pazarlama Programında herhangi bir öğrenci değişim hareketliliği bulunmamaktadır. Program öğrenci değişim programlarında Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü’nün tabii olduğu programlara uymaktadır ve programın ayrı bir öğrenci değişim anlaşması bulunmamaktadır. Bu kapsamda Erasmus+, Farabi Değişim Programı ve Mevlana Programı öğrenci değişimi hareketlerine uygun mevzuatlar takip edilmektedir.

Pazarlama Programında istekli öğrencilerin katılımını sağlamak için “Erasmus+ Öğrenci Öğrenim Hareketliliği Başvurusu ve Erasmus+ Yabancı Dil Sınavı” hakkında bilgilendirme toplantısı gerçekleştirilmiştir. (2.1.3.)

2.1.3.Erasmus Öğrenci Değişimi Bilgilendirme Toplantısı

Tablo 2.1-3 Öğrenci Değişim Hareketliliği Tablosu(Giden)

Eğitim-Öğretim Dönemi	Giden Öğrenci Sayısı	Değişim Programı Adı	Gittiği Ülke	Gittiği Üniversite
2024-2025 Güz	-	-	-	-
2023-2024 Bahar	-	-	-	-
2023-2024 Güz	-	-	-	-

Tablo 2.1-4 Öğrenci Değişim Hareketliliği Tablosu(Gelen)

Eğitim-Öğretim Dönemi	Gelen Öğrenci Sayısı	Değişim Programı Adı	Geldiği Ülke	Geldiği Üniversite
2024-2025 Güz	-	-	-	-
2023-2024 Bahar	-	-	-	-

2023-2024 Güz	-	-	-	-
---------------	---	---	---	---

2.1.4 Danışmanlık ve İzleme

Pazarlama Programında yer alan tüm öğretim elemanlarını öğrencilere akademik danışmanlık yapmaktadır. Bu kapsamda 2024-2025 eğitim öğretim yılı güz döneminde 1. Sınıf öğrencilerine Öğr. Gör. Nevin POLAT, 2. Sınıf öğrencilerine ise Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK danışmanlık yapmıştır. 2024-2025 eğitim öğretim yılı bahar döneminden itibaren ise 1. Sınıf öğrencilerine Öğr. Gör. Nevin POLAT, ikinci sınıf birinci öğretim öğrencilerine Öğr. Gör. Dr. Fulya GÜNGÖR, ikinci öğretim öğrencilerine ise Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK danışmanlık yapmaktadır.

Tablo 2.1-4.1 Danışmanlık Yapılan Öğrenci Sayısı

Eğitim-Öğretim Dönemi	Danışman Öğretim Elemanının Unvanı, Adı Soyadı	Danışmanlık Yaptığı Öğrenci Sayısı
2024-2025 Güz*	Öğr. Gör. Nevin POLAT	37
	Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	192
2024-2025 Bahar	Öğr. Gör. Nevin POLAT	37
	Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	99
	Öğr. Gör. Dr. Fulya GÜNGÖR	93

Bölümde öğrencilere yönelik danışmanlık saati uygulaması vardır. Öğrencilere bölüm öğretim elemanları haftada iki gün birer saat olacak şekilde toplam altı saat danışmanlık vermektedir. (Tablo 2.1.5.2., Tablo 2.1.5.3.).

Tablo 2.1.4.2. Danışmanlık Saatleri Güz Yarıyılı

	Gün / Saat
Öğr. Gör. Nevin POLAT	Salı: 16:10-16:55
	Perşembe: 14:20-15:05
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	Çarşamba: 13:25-14:10
	Perşembe: 16:10-16:55

Tablo 2.1.5.3. Danışmanlık Saatleri Bahar Yarıyılı

	Gün / Saat
Öğr. Gör. Nevin POLAT	Salı: 14:20-15:05
	Çarşamba: 13:25-14:20
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	Pazartesi: 13:25-14:10
	Salı: 12:30-14:10
Öğr. Gör. Dr. Fulya GÜNGÖR	Çarşamba: 11:15-12:00
	Cuma: 12:30-13:15

Balıkesir Üniversitesinin tüm birimlerinde olduğu gibi Pazarlama Programında da öğrencilerin daha iyi ve bilinçli bir kariyer planlaması yapabilmesi, alanla ilgili iş imkanlarını ve durumu algılayabilmesi için “KRY1201 – Kariyer Planlama” dersi müfredata eklenmiştir. (Görsel 2.1.5.).

Ayrıca bölüm öğrencilerin sektörel gelişimini sağlayabilmek için çeşitli etkinlikler planlanmakta ve düzenlenmektedir. Balıkesir Üniversitesi’nin, kamu kurumlarının ve özel

kuruluşların gerçekleştirdiği genel etkinliklere de katılım sağlanmaktadır. Bu çerçevede 2024 yılında bölümün planladığı ‘Pazarlama Buluşmaları – I / 2024’, ‘Pazarlama Buluşmaları -II 2024’ ve ‘Pazarlama Mesleki Paylaşım Günleri 2024’ etkinlikleri gerçekleştirilmiştir.

Balıkesir Üniversitesi’nin düzenlediği ‘Endüstriyel Sektörler Fuarı’, ve ‘Balıkesir Meslek Yüksekokulu "Kariyer Günleri 2024’, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Kent Konseyi iş birliği ile gerçekleştirilen ‘Kadın Çalıştayı’ ve Balıkesir Ticaret Odası, Balıkesir Sanayi Odası ve WORLDEF E-Ticaret Vakfı iş birliğiyle gerçekleştirilen ‘Sınır Ötesi E-Ticaret Konferansı’ etkinliklerine hem bölüm öğretim elemanları hem de bölüm öğrencileri ile katılım sağlanmıştır. (2.1.5.1., 2.1.5.2).

2.1.5.1.Pazarlama ve Reklamcılık Etkinlik Haberleri

2.1.5.2.Balıkesir MYO Kariyer Gunleri Afis

Görsel 2.1.4.3 Pazarlama Programı 2024-2025 Eğitim-Öğretim Yılı Ders Planı

BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BALIKESİR MESLEK YÜKSEKOKULU PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ PAZARLAMA PROGRAMI 2024-2025 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS PLANI															
1. SINIF 1. YARIYIL								1. SINIF 2. YARIYIL							
DERS KODU		Kategori	T	U	L	K	AKTS	DERS KODU	DERSİN ADI	Kategori	T	U	L	K	AKTS
PAZ1121	Genel İşletme	M	3	0	0	3	3	PAZ1203	Pazarlama Mevzuatı	M	3	0	0	3	3
PAZ1120	Pazarlama İlkeleri-I	M	3	0	0	3	4	PAZ1220	Pazarlama İlkeleri-II	M	3	0	0	3	3
PAZ1116	Genel Ekonomi	M	3	0	0	3	3	PAZ1223	Bilgisayar-II	M	2	1	0	2,5	2
PAZ1103	Genel Muhasebe	M	3	0	0	3	3	PAZ1222	Medya Okuryazarlığı	M	2	1	0	2,5	2
PAZ1118	Ticari Matematik	M	3	0	0	3	3	KRY1201	Kariyer Planlama	Z	1	0	0	1	2
PAZ1122	Bilgisayar-I	M	2	1	0	2,5	2		SEÇMELİ DERS-1	S	3	0	0	3	3
PAZ1123	İş Sağlığı ve Güvenliği	Z	2	0	0	2	2		SEÇMELİ DERS-2	S	3	0	0	3	3
PAZ1124	Tüketici Davranışları	M	3	0	0	3	4	STJ1201	Staj	Z	0	0	0	0	8
	TOPLAM		22	1	0	22,5	24		TOPLAM		17	2	0	18,0	26

2.1.5 Ölçme ve Değerlendirme

“Balıkesir Üniversitesi Ön Lisans ve Lisans Eğitim-Öğretim Ve Sınav Yönetmeliği” Dördüncü Bölüm “Sınavlar ve Değerlendirme Esasları” Madde 18’e uygun olarak sınavlar yürütülmekte, değerlendirme koşullarına uyulmaktadır.

Madde 18’e göre; “Her ders için öğretim elemanı tarafından akademik takvimde belirtilen tarihlerde en az bir ara sınav, yarıyıl sonu sınavı ve bütünleme sınavı yapılır. Yarıyıl içi değerlendirmelerin başarı notuna katkısı %40, yarıyıl sonu değerlendirmelerinin başarı notuna katkısı ise %60 olarak hesaplanır. Bir dersin başarı notu, Senato tarafından belirlenen esaslara göre, aşağıdaki tabloda yer alan harfli başarı notlarından birisine dönüştürülür:

Tablo 2.1.5. Başarı Notu ve Katsayı Tablosu

Başarı Notu	Katsayı
AA	4,00
BA	3,50
BB	3,00
CB	2,50
CC	2,00
DC	1,50
DD	1,00

FF	0,00
----	------

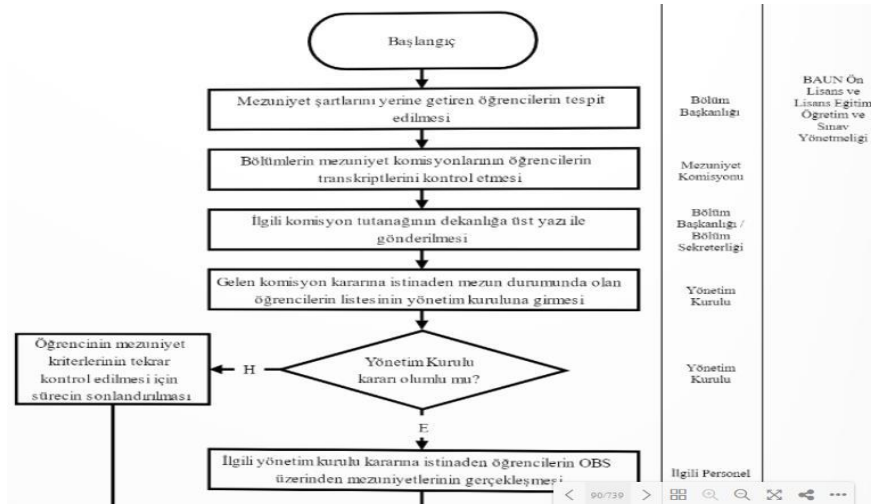
Öğrencinin bir dersten başarılı sayılması için bu dersten YT, DD veya üstünde bir not alması gerekmektedir. Devam koşulunu yerine getirmesine rağmen FF veya YZ notu alan öğrenci ilgili dersten başarısız sayılmaktadır. Devam koşulunu sağlamayan öğrencilere ise DZ notu verilmektedir. Bu öğrenciler dönem sonu değerlendirilmesine alınmazlar. DZ notu, FF veya YZ notu ile eşdeğerdir.

2.1.6 Mezuniyet Koşulları

“Balıkesir Üniversitesi Ön Lisans Ve Lisans Eğitim-Öğretim Ve Sınav Yönetmeliği” Madde 22(1)’e göre programın bitirilmesinin koşulu: “Bir öğrencinin kaydolduğu programı başarıyla bitirebilmesi için AGNO’sunun en az 2,00 ve aldığı her dersin notunun da en az DD veya YT olması gerekir.”dir. 22(2)’ye göre; “Mezuniyet şartlarını yerine getiren öğrencilerin durumları her bölümde/programda bölüm başkanının başkanlığında en az üç öğretim elemanından oluşan mezuniyet komisyonlarınca incelenerek on işgünü içinde ilgili yönetim kuruluna sunulur.” ibaresine uygun olarak davranılmaktadır.

Bu kapsamda Pazarlama Programından mezun olmak için; öğrencinin ders planında yer alan derslerin tamamını (en az 120 AKTS) DD ve üzeri başarı notu ile geçmesi, 4.00 not ortalaması üzerinden en az 2.00 genel ağırlıklı not ortalaması elde etmesi ve 30 iş günü zorunlu stajını başarılı olarak tamamlaması şarttır. Bölümdeki ilgili şartları sağlayan öğrencilerin transkriptleri bölüm mezuniyet komisyonunca incelenmektedir. Alınan bölüm kurul kararı neticesinde mezun durumdaki öğrencilerin listesi üst yazı ile yönetim kuruluna sunulmaktadır. Birim yönetim kurulunun aldığı olumlu kararı neticesinde öğrenci mezun edilmektedir. (2.1.6.).

Görsel 2.1.6.: Balıkesir Üniversitesi Süreç El Kitabı – Mezuniyet Koşulları Süreci



Tablo 2.1-5. Öğrenci ve Mezun Sayıları

Eğitim- Öğretim Yılı	Hazırlık	Sınıf		Öğrenci Sayıları	Mezun Sayıları
		1	2	Ön Lisans	Ön Lisans
2024-2025	-	37	192	229	18
2023-2024	-	78	178	256	20
2022-2023	-	?	?	?	20

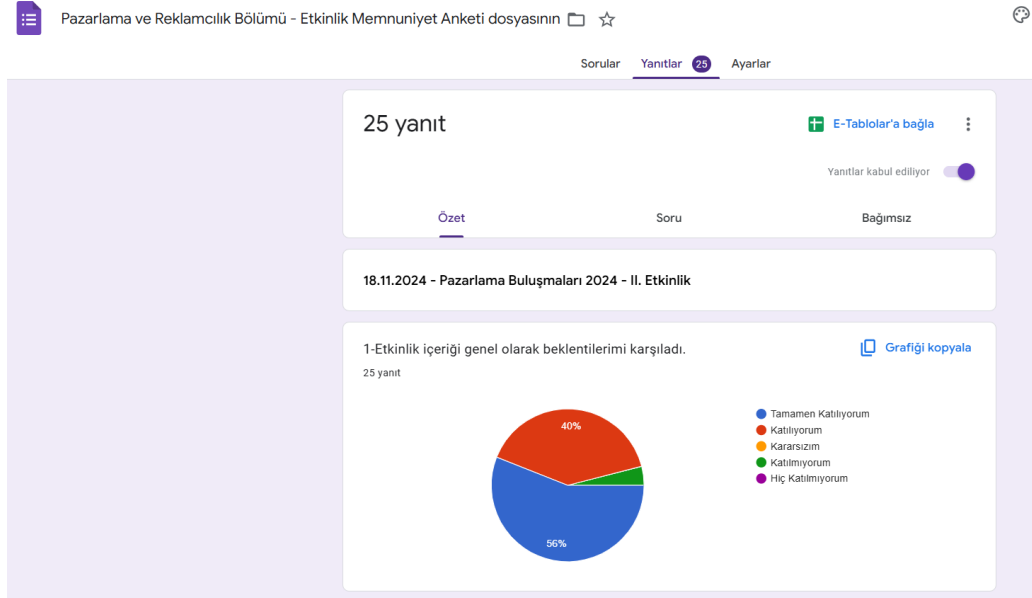
2.1.7 Öğrenci Memnuniyeti

Öğrenci memnuniyetini ölçmek amacıyla çeşitli anketler düzenlenmektedir. Bu kapsamda öğrencilere Google Forms üzerinden belli zamanlarda belli konular üzerinden düzenlenen anketler neticesinde, duruma yönelik çıkarımlar ve analizler yapılmaktadır. Ayrıca Balıkesir Üniversitesi OBS üzerinden dönem sonlarında hem üniversite hem de ders hakkında öğrencilere anketler sunmaktadır.

Pazarlama Programında 2024-2025 eğitim öğretim yılında şu memnuniyet anketleri uygulanmıştır:

- ‘Pazarlama Buluşmaları II – Etkinlik Memnuniyet Anketi’, (Görsel 2.1.7)
- ‘Pazarlama Programı Yeni Öğrenci Anketi’,
- ‘Pazarlama Programı Mezun Öğrenci Anketi 2024’,
- ‘Pazarlama Programı Sektör Temsilcisi (İşveren) Dış Paydaş Anketi 2024’
- ‘Pazarlama Programı Program Öğrenme Çıktıları Anketi 2024
- Her derse özel olarak ‘Dersi Öğrenme Çıktıları Anketi’

Görsel 2.1.7.: Pazarlama Buluşmaları II – Etkinlik Memnuniyet Anketi’ Görsel Kanıt



2.2 Program Eğitim Amaçları

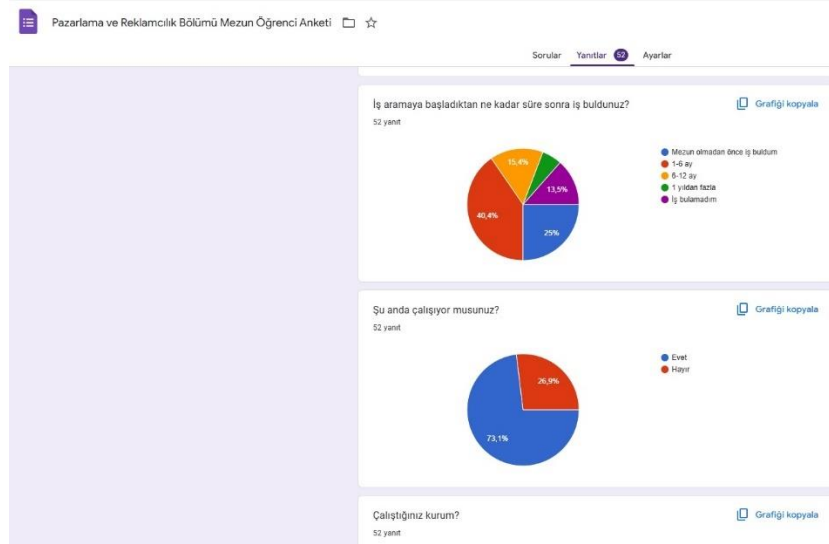
Program Eğitim Amaçları, Ölçme ve Değerlendirme

MEDEK Tanımları (MEDEK Önlisans Program Ölçütleri Dosyası – Bölüm 2, Ölçüt 2)

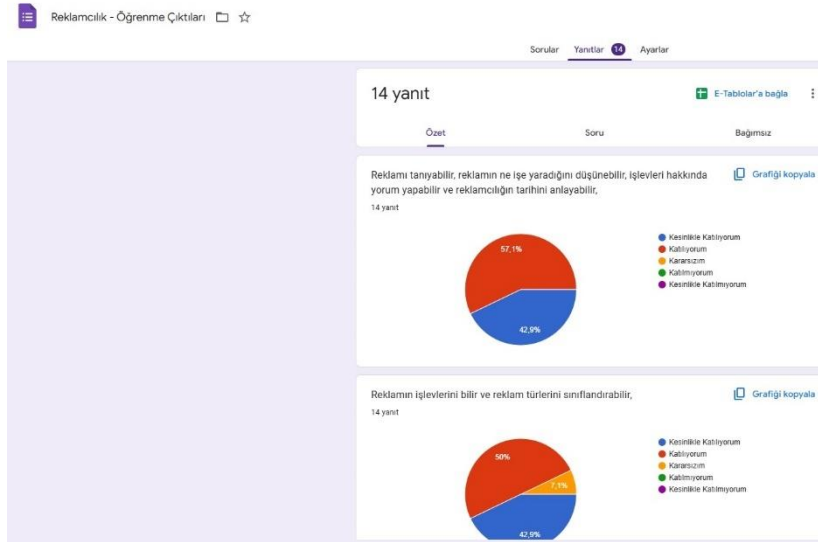
2.1. Pazarlama Programı eğitim amaç ve hedefleri bölüm tarafından belirlenmiş ve Balıkesir Üniversitesi OBS – Akademik Birimler – Pazarlama Programı – Eğitim Türü (Amaçlar) ve Hedefler kısmında kamuoyu ile paylaşılmaktadır. (2.2.1.).

2.2. Programın eğitim amaç ve hedeflerine yönelik tanımlanmış anahtar performans göstergesi olarak mezunlarla belirli dönemlerde mezun değerlendirme anketleri yapılmaktadır. Ayrıca öğrencilere her dönem sonu derslerin öğrenme çıktıları ile ilgili hedeflere ulaşılma durumu hakkında anket çalışmaları yapılmaktadır.

Görsel 2.2.1.: Mezun İzleme Anketi



Görsel 2.2.2.: Ders Öğrenme Çıktısı Anketi

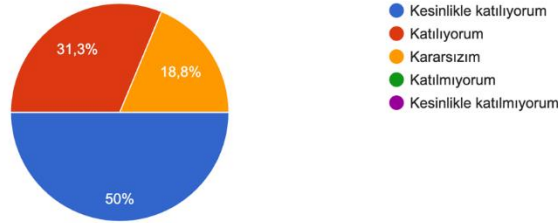


2.3. Pazarlama Programı misyon ve vizyonu ile Balıkesir MYO'nun misyon ve vizyonu arasında uyumun olduğu görülmektedir. Her iki kurum da eğitim sürecinde etik değerlere, yaşam boyu öğrenmeye ve sürekli yenilikçiliğe vurgu yaparken hem ulusal hem de uluslararası standartları yakalamayı hedeflemektedir. İş dünyası ile iş birliğini geliştirme, toplumsal ve çevresel sorumluluk bilinci oluşturma ve öğrencilerin teorik bilgiyle birlikte uygulamalı beceriler kazanmalarını sağlama gibi ortak öncelikleri bulunmaktadır. Ayrıca, her iki vizyon da küresel düşünme, liderlik ve yenilikçi yaklaşımlarla geleceğin profesyonellerini yetiştirerek iş dünyasına katkı sağlama misyonunu taşımaktadır.

2.4. Program eğitim amaçlarına ulaşıp ulaşılmadığını ölçmek amacıyla Pazarlama Programı öğrencilerine “Program Öğrenme Çıktıları” anketi uygulanmaktadır. Sonuçlar bu kapsamda bölüm öğretim elemanları tarafından ele alınarak eksik ve zayıf yönlerin bulunması için durum değerlendirmeleri yapılmaktadır.

Görsel 2.2.3.: Program Öğrenme Çıktıları Anketi

Pazarlama alanında edinilen bilgileri iş süreçlerinde etkin bir şekilde kullanabilir.
16 yanıt



2.5. Program eğitim amaçlarına ulaşmak için hem ders öğrenme çıktıları anketi hem de program öğrenme çıktıları anketi öğrencilere dönem sonlarında uygulanmaktadır. Anket sonuçlarının incelenmesi sonucunda bölüm öğretim elemanları süreçleri “sürekli iyileştirme” kapsamında ele alarak, gerekli değişimlerin sağlanması için aksiyon almaktadır.

2.6. Programın tanımlanmış misyon ve vizyonu, bölüm web sitesinde yer almaktadır. (2.2.2.).

2.7. İç ve dış paydaşların eğitim öğretim süreçlerine katkılarını sağlayacak uygulamalar bulunmaktadır. Bu kapsamda ders planlarının güncellenmesinde iç ve dış paydaşlarla fikir alışverişinde bulunarak kararlar alınmaktadır. (2.2.3.).

2.2.1.Pazarlama Programı Amac ve Hedefler

2.2.2.Pazarlama Misyon ve Vizyon

2.2.3.Dis Paydaş Toplantıları

2.2.1 Tanımlanan Program Eğitim Amaçları

Amaçlar

- 1- Alanla ilişkili mesleki yeterlilik kazandırarak, gelişmiş niteliklere sahip bireyler yetiştirmek.
- 2- Öğrencilere mesleki gelişim süreçlerinde etik, sorumluluk ve sürdürülebilirlik ilkelerini benimsetmek.
- 3- Pazarlama, reklam, iletişim, satış yönetimi, halkla ilişkiler, genel işletme, vb. genel alanlarda ve disiplinlerde öğrencilerin bilgi sahibi olmalarını sağlamak.
- 4-Çağın gereksinimlerine uygun, tüketici davranışlarını algılayan ve bunlara uygun iş stratejileri yapabilen meslek elemanı yetiştirmek.
- 5- Teknolojik gelişmelerin getirdiği yeni dinamikleri bilen ve buna uygun çözümler geliştiren bireyleri meslek hayatına kazandırmak.

Hedefler

- 1- Ulusal ve uluslararası pazarlama süreçlerini yürütebilen öğrenciler yetiştirmek.
- 2- Etik ilkeleri benimseyen, modern teknikleri uygulayan, iletişim becerileri yüksek satış ve pazarlama meslek elemanlarını sektöre kazandırmak.
- 3- Reklam, halkla ilişkiler, pazarlama iletişimi vb. kitle iletişimi süreçlerini anlamlandırabilen ve analitik düşünme yetkinliğiyle çözümleyen profesyoneller yetiştirmek.
- 4- Temel bilgisayar yetkinliği, pazarlama bilgi sistemleri, dijital pazarlama, e-ticaret, sosyal medya yönetimi, vb. yeni medya süreçleri hakkında bilgi ve beceri kazandırmak.
- 5- Uygulamalı eğitim süreçleriyle sunum yapabilen, etkili konuşma tekniklerini uygulayabilen, takım oyuncusu olabilen, iş hayatına uyum sağlayabilen mezunlar vermek.

2.2.2 Program Eğitim Amaçlarını Belirleme Yöntemi

Pazarlama Programında hem iç paydaş listesi hem de dış paydaş (bölüm danışma kurulu) bulunmaktadır. Bu listeler şu şekildedir:

İÇ PAYDAŞ LİSTESİ		
1	Öğr. Gör. Nevin POLAT	Bölüm Başkanı
2	Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	Bölüm Başkan Yardımcısı
3	Öğr. Gör. Dr. Fulya GÜNGÖR	Pazarlama Programı Bölüm Öğretim Elemanı
4	Fatma TOPUZ	Pazarlama Programı Bölüm Sekreteri
5	Mustafa SÜRÜCÜ	Pazarlama II. Sınıf I. Öğretim Öğrencisi
6	Gurbet YAŞAR	Pazarlama II. Sınıf II. Öğretim Öğrencisi
7	Sıla YILMAZ	Pazarlama I. Sınıf Öğrencisi

DIŞ PAYDAŞ LİSTESİ / BÖLÜM DANIŞMA KURULU		
1	Öğr. Gör. Nevin POLAT	Bölüm Başkanı
2	Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	Bölüm Başkan Yardımcısı
3	Öğr. Gör. Dr. Fulya GÜNGÖR	Pazarlama Programı Bölüm Öğretim Elemanı ve Program Kariyer Danışmanı
4	Prof. Dr. Aybeniz AKDENİZ AR	Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı Öğretim Üyesi
5	Hasan İÇÖZ	Garanti Bankası – Balıkesir Anafartalar Şube Müdürü (Mezun)
6	Selman AYDOĞAN	Eker Süt Ürünleri A.Ş. – Bursa Bölge Müdürü (Mezun)
7	Ahmet Kerem KÖSEOĞLU	BEST A.Ş. – Pazarlama ve İletişim Bölge Müdürü
8	Kaan ULUDAĞ	Kalekim (İstanbul) - Müşteri Operasyonları Müdürü
9	Adem CEVİZCİ	Kalekim (İstanbul) – Müşteri Hizmetleri Yöneticisi
10	Murat BAYSURA	Kalekim (Balıkesir) – Mali ve İdari İşler Kıdemli Uzmanı
11	Arda Berke ERGEN	Hatemoğlu Satış Danışmanı Balıkesir (Mezun)
12	Sıla YILMAZ	Pazarlama Programı Kalite Öğrenci Temsilcisi
13	Arda AZMAN	Mezun Öğrenci

2024-2025 eğitim yılı hazırlıkları çerçevesinde Pazarlama Programı olarak daha iyi bir eğitim ve öğretimin değerli öğrencilerimize sağlanabilmesi için dış paydaşlarla toplantılar gerçekleştirilmiştir. Bu sene yapılan toplantılar sonucunda programa yeni dersler eklenmiş, bazı zorunlu dersler seçmeli derslere aktarılmış, bazı seçmeli dersler ise paydaşların önerileriyle zorunlu hale getirilmiştir. Ayrıca bölüme, sektöre, bilimsel gelişmelere ve gündelik gelişmelere uygun olarak birçok dersin, teori ve uygulama ders saatleri değiştirilmiştir. (2.2.2.1).

2.2.2.1.Ders Mufredatları Guncellemesi

2.2.3 Program Eğitim Amaçlarının Yayınlanması

Pazarlama Programının eğitim amaçları Balıkesir Meslek Yüksekokulu internet sitesi, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü sayfası kısmında yer alan ‘Ders Kataloğu/Bilgi Paketi’ kısmında yayımlanmıştır. (2.2.3.1)

2.2.3.1.Pazarlama Ders Katalogu Bilgi Paketi

2.2.4 Program Eğitim Amaçlarının Güncellenme Yöntemi

Program eğitim amaçları iç ve dış paydaşlarla yapılan toplantılar doğrultusunda ele alınmaktadır. Bu kapsamda her eğitim öğretim yılı başında ve sonunda hem iç paydaşlar hem de dış paydaşlarla iletişime geçilmekte ve yüz yüze görüşmeler neticesinde değerlendirmeler yapılmaktadır. Dönem sonlarında ayrıca hem öğrencilere hem mezunlara hem de dış paydaşlara eğitim süreçlerini iyileştirebilmek adına anketler gönderilmektedir. Böylece nesnel veriler üzerinden sektörel ihtiyaçlara yönelik çıkarımların yapılması hedeflenmektedir. Ayrıca programın iç paydaşları arasında yer alan öğrencilerimizden sene başında yapılan seçimler neticesinde temsilci belirlenmektedir. Gerekli görülen durumlarda öğrenci temsilcilerinden görüşler alınmaktadır. (2.2.4.1).

2024-2025 eğitim yılı ders planının belirlenmesi için dış paydaşlarla toplantılar gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen 09.07.2024 tarihli toplantıda Garanti Bankası Balıkesir Anafartalar Şube Müdürü ve mezun öğrencimiz Sayın Hasan İçöz ve Hatemoğlu Mağazaları Balıkesir Şube Satış Uzmanı ve 2022 yılı mezunu bölüm birincisi Arda Berke Ergen ile 10.07.2024 tarihli toplantıda ise Kredi Kayıt Bürosu Findeks İzmir Bölge İletişim Sorumlusu ve mezun öğrencimiz Sayın Seçil Uçarsoy ve Kredi Kayıt Bürosu İzmir Bölge Müdürü Sayın Serkan Oyan ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Toplantılar neticesinde bölüm öğretim elemanları ile de fikir alışverişi yapılmış ve paydaşların tavsiyeleri göz önüne alınarak müfredata yeni dersler eklenmiş ve çeşitli seçmeli dersler zorunlu hale gelmiştir. (2.2.4.2).

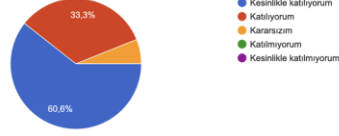
2025-2026 eğitim öğretim yılının ders planlarının hazırlanmasında da iç ve dış paydaşlar için hazırlanan “Pazarlama Programı Yeni Öğrenci Anketi”, “Pazarlama Programı Program Öğrenme Çıktıları Anketi”, “Pazarlama Programı Ders Öğrenme Çıktıları Anketi”, “Sektör Temsilcisi Dış Paydaş Anketi” ve Program Mezun Dış Paydaş Anketi” gibi anketlerin sonuçlarına ve iç-dış paydaşlarla yapılan toplantılarda alınan kararlara göre yeni düzenlemelerin gerekmesi halinde gerekli aksiyonlar alınacak ve güncellemeler gerçekleştirilecektir.

Görsel 2.2.4.1: 2024-2025 Güz Dönemi Pazarlama Programı Program Öğrenme Çıktıları Anketi Örneği

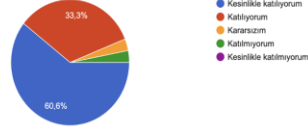
**Balıkesir Üniversitesi Balıkesir MYO 2024-2025 Eğitim Öğretim Güz
Yarıyılı Pazarlama Programı Program Amaçları Anketi**

ANKET SORU VE SONUÇLARI

Alanla ilişkili mesleki yeterlilik kazandırarak, gelişmiş niteliklere sahip bireyler yetiştirir.
33 yanıt



Mesleki gelişim süreçlerinde etik, sorumluluk ve sürdürülebilirlik ilkelerini benimsetir.
33 yanıt



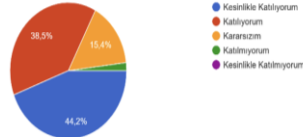
Görsel 2.2.4.2: 2024-2025 Güz Dönemi Program Mezun Dış Paydaş Anketi Örneği

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

Pazarlama Programı Mezun Öğrenci Anketi 2024

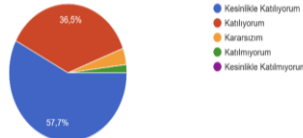
SORU – 4

Balıkesir MYO Pazarlama Programına isteyerek girdim
52 yanıt



SORU – 5

Balıkesir MYO Pazarlama Programına öğrenci olmayı arkadaşlarıma /yakınlarıma tavsiye ederim.
52 yanıt



[2.2.4.1.Öğrenci Temsilcisi Secimi](#)

[2.2.4.2.Dis Paydas Toplantisi](#)

2.3 Program Çıktıları

MEDEK Tanımları

Eğitim öğretim amaçlarına ulaşabilmek için gerekli bilgi, beceri ve yetkinlik bileşenlerini kapsayan ders kazanımları ve program çıktıları olmalı ve bu çıktılar MEDEK Program Çıktılarının tümünü karşılamalıdır.

BİLGİ
PÇ1: Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
PÇ2: İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
BECERİ
PÇ3: Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
PÇ4: Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
PÇ5: Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
YETKİNLİK
PÇ6: Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
PÇ7: Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
PÇ8: Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
PÇ9: Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir.
PÇ10: Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.

Ölçme ve Değerlendirme: Program çıktılarının sağlanma düzeyini dönemsel olarak belirlemek ve belgelemek için kullanılan bir ölçme ve değerlendirme süreci oluşturulmuş ve işletiliyor olmalıdır. (Bu süreç ağırlıklı olarak sınav, proje, ödev gibi öğrenci çalışmalarına dayanmalıdır. Sadece anketlere ve ders geçme başarı notlarına dayalı ölçme ve değerlendirme yöntemleri yetersiz sayılacaktır.) (2.3.1).

Bilgi: TYÇ kapsamında “bilgi”; bir çalışma veya öğrenme alanı ile ilgili gerçeklerin, ilkelerin, teorilerin ve uygulamaların anlaşılmasını içeren kuramsal ve/veya olgusal bilgi olarak tanımlanmıştır.

Beceri: TYÇ kapsamında “beceri”; bir çalışma veya öğrenme alanında edinilen mantıksal, sezgisel ve yaratıcı düşünme ile el becerisi, yöntem, materyal, araç ve gereçleri kullanabilmeyi gerektiren “bilgiyi kullanma” ve “problem çözme” olarak tanımlanmıştır.

Yetkinlik: TYÇ kapsamında “yetkinlik”; bilgi ve becerilerin bir çalışma veya öğrenme ortamında sorumluluk alarak ve/veya özerk çalışma göstererek kullanılması, öğrenme gereksinimlerinin belirlenmesi ve karşılanması, toplumsal ve etik meselelerin ve sorumlulukların dikkate alınması olarak tanımlanmıştır. (2.3.2).

2.3.1.MEDEK Program Olcutleri

2.3.2.Türkiye Yeterlilik Çerçevesi

2.3.1 Tanımlanan Program Çıktıları

Pazarlama Programının OBS Bilgi Paketinde yer alan ‘Program Çıktıları’ şu şekildedir:

1. Pazarlamayla ilişkili temel teorik, uygulamalı ve güncel bilgilere sahip olur,
2. Pazarlama alanındaki öğrendiği bilgileri çalışma hayatında kullanarak iş süreçlerini uygulayabilir,
3. Alanıyla ilişkili görev ve sorumlulukları yerine getirebilmek için bilgilere ulaşır, analiz eder, yorumlar ve çözüm yolları geliştirebilir

4. Pazarlamanın temel bakış açıları olan pazarlama karması ve pazarlama iletişimi hakkında bilgi sahibi olur, ayrıca bu bilgileri pazarlamanın uygulama alanlarında kullanabilir,
5. Pazarlamanın temel bakış açıları olan pazarlama karması ve pazarlama iletişimi hakkında bilgi sahibi olur, ayrıca bu bilgileri pazarlamanın uygulama alanlarında kullanabilir,
6. İş yaşamında etkin iletişim kurabilir ve algıları yönlendirerek ikna becerisine sahip olur,
7. Bilişim ve iletişim teknolojilerini takip eder, bu kapsamda dijital pazarlama ve e-ticaret süreçlerini satış teknikleriyle
8. Sürdürülebilir bir toplumun devamlılığı açısından mesleki etik ilkelere uygun davranma bilincine sahip olur,
9. Alanıyla ilişkili mesleki yabancı dil kavramlarına hakimdir ve yenilikleri takip eder,
10. Genel işletme, genel muhasebe, genel ekonomi, ticari matematik, istatistik, pazarlama mevzuatı, vb. temel disiplinler hakkında kavramsal bilgilere hâkim olur,
11. Satış teknikleri ve yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, vb. faaliyetlerde etkili konuşma ve sunum teknikleri becerilerini kullanarak tüketicilere ve işletmelere yönelik iş stratejileri geliştirebilir,
12. Küreselleşme dinamikleriyle değişen pazarlama uygulamalarına yön veren tüketici davranışlarını anlamlandırabilir ve bu çerçevede uluslararası pazarlarda yaşanan gelişmeleri takip edebilir,
13. Grup çalışması dinamikleri çerçevesinde sorumluluk alır, sözlü iletişimi etkin olarak kullanır ve kendisini ifade ederek iş birliği sağlayabilir.

Tablo 2.3-1 Programa Ait Program Çıktılarının Yeterliklere Göre Dağılımı

Program Çıktıları	Yeterlilikler*								
	Bilgi		Beceri		Yetkinlik				
	Kuramsal	Olgusal	Bilişsel	Uygulamalı	Bağımsız çalışılma ve Sorumluluk	Öğrenme	İletişim ve Sosyal	Alana Özgü	
Pazarlamayla ilişkili temel teorik, uygulamalı ve güncel bilgilere sahip olur,	X		X			X		X	
Pazarlama alanındaki öğrendiği bilgileri çalışma hayatında kullanarak iş süreçlerini uygulayabilir,	X			X		X		X	
Alanıyla ilişkili görev ve sorumlulukları yerine getirebilmek için bilgilere ulaşır, analiz eder, yorumlar ve çözüm yolları geliştirebilir		X	X	X	X			X	
Alanıyla ilgili olaylara eleştirel bakış açısıyla bakabilir, çağın gereksinimlerine uygun olarak yeni bilgiler edinir yeni durumlara uyum sağlayabilir,	X		X			X		X	
Pazarlamanın temel bakış açıları olan pazarlama karması ve pazarlama iletişimi hakkında bilgi sahibi olur, ayrıca bu bilgileri pazarlamanın uygulama alanlarında kullanabilir,	X			X		X	X	X	
İş yaşamında etkin iletişim kurabilir ve algıları yönlendirerek ikna becerisine sahip olur,				X			X	X	
Bilişim ve iletişim teknolojilerini takip eder, bu kapsamda dijital pazarlama ve e-ticaret süreçlerini satış teknikleriyle birleştirerek uygulayabilir,		X		X	X		X	X	
Sürdürülebilir bir toplumun devamlılığı açısından mesleki etik ilkelere uygun davranma bilincine sahip olur,			X					X	
Alanıyla ilişkili mesleki yabancı dil kavramlarına hakimdir ve yenilikleri takip eder,	X		X			X	X	X	
Genel işletme, genel muhasebe, genel ekonomi, ticari matematik, istatistik, pazarlama mevzuatı, vb. temel disiplinler hakkında kavramsal bilgilere hâkim olur,	X	X	X			X		X	

[illegible]

2.3.2 Program Eğitim Amaçlarını Belirleme Yöntemi

2.2.2.'de belirtilen liste bu kısım için de geçerlidir. Pazarlama Programı'nın iç ve dış paydaşları şunlardan oluşmaktadır:

İç Paydaşlar: Bölüm öğretim elemanları, bölüm idari personeli, birinci ve ikinci sınıf öğrencileri tarafından oylama ile seçilen öğrenci temsilcileri ve tüm öğrenciler.

Dış paydaşlar: Bölüm öğretim elemanları, mezun öğrencilerimiz, başka bir üniversiteden alanla ilgili bir akademisyen, öğrenci temsilcisi ve sektör temsilcilerinden oluşturulan dış paydaş / danışma kurulu üyeleri; Prof. Dr. Aybeniz AKDENİZ AR, Hasan İÇÖZ, Selman AYDOĞAN, Ahmet Kerem KÖSEOĞLU, Arda BERKE ERGEN, Kaan ULUDAĞ, Adem CEVİZVİCİ, Murat BAYSURA, Sıla YILMAZ ve Arda AZMAN olarak belirlenmiştir.

Program eğitim amaçlarının belirlenmesinde; iç ve dış paydaşların sektör ve meslek hakkındaki düşünceleri ve önerileri, dünyada yaşanan güncel gelişmeler, öğrencilerin fikirleri ve bölüm öğretim elemanlarının çıkarımlarının toplanması, analiz edilmesi ve rapor edilmesi sonucunda belirlenmektedir. Her akademik yılın güz ve bahar dönemleri başında geçmiş dönemin değerlendirilmesi yapılarak, gelecek dönem eğitim amaçlarının fonksiyonel ve analitik bir şekilde belirlenmesi hedeflenmektedir. (2.3.2.1) (2.3.2.2) (2.3.2.3).

[2.3.2.1.Bölüm Aralık 2024 Sürekli İyileştirme Toplantısı](#)

[2.3.2.2.Dis Paydaş Toplantısı](#)

[2.3.2.3.İç ve Dis Paydaşların Belirlenmesi ve Güncellenmesi](#)

2.3.3 Program Çıktılarına Ulaşma

Pazarlama Programındaki program çıktılarının değerlendirilebilmesi için, her bir program çıktısı özelinde çıkarımlar yapılmaktadır. Mezuniyet aşamasına gelmiş olan bir öğrencinin, her bir program çıktısını ne derecede kavradığı ve ne düzeyde ulaştığını anlayabilmek için çeşitli yöntemlerden faydalanılmaktadır.

Balıkesir Üniversitesi Ön Lisans ve Lisans Eğitim-Öğretim Ve Sınav Yönetmeliği Madde 19'da bu konu hakkında ifadeler bulunmaktadır. Ölçme ve değerlendirme açısından öğrencinin tüm yarıyıldaki başarısının belirlenmesinde, o dönem aldığı derslerde yapılan ara sınav ve bitirme sınavındaki veya bütünleme sınavındaki (bitirme sınavından başarısız olması halinde) başarı notu katsayısına göre derecelendirmesi bir ölçüt olarak gösterilebilmektedir. Her dönem sonunda bu başarı notu katsayılarından bir akademik ortalama hesaplanmaktadır. Buna ek olarak, ikinci yarıyıl sonunda 30 iş günü yaz stajı tamamlamaları programı bitirmeleri açısından bir zorunluluktur. Öğrencinin mezun olması için gerekli olan zorunlu ve seçimli derslerin (toplam en az 120 AKTS karşılığı) tümünü başarıyla (DD ve üzeri başarı notu ile geçmesi) tamamlaması ve genel ağırlıklı not ortalamasının 4,00 üzerinden en az 2.00 olması, program çıktılarına başarıyla ulaşabildikleri sonucu çıkmaktadır. (2.3.3.1).

[2.3.3.1.Mezun Olma Şartları](#)

Ayrıca bölümde program çıktılarına ulaşmak için direkt olarak "Program Çıktıları Anketi" yapılmaktadır. Anketin sorularına gelen cevaplar Görsel 2.3.3.1, 2.3.3.2. ve 2.3.3.3.'te belirtilmiş ve ardından bir değerlendirme sonucu yazılmıştır.

Görsel 2.3.3.1.: Pazarlama Programı 2024 Güz Dönemi Program Çıktıları Anketi Soru ve Cevapları

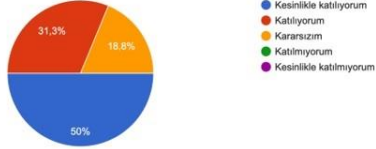
**Bahkesir Üniversitesi Bahkesir MYO Pazarlama ve Reklamcılık
Bölümü Pazarlama Programı Program Öğrenme Çıktıları Anketi 2024**

ANKET SORU VE CEVAPARI

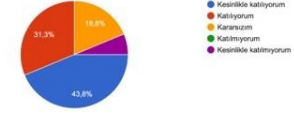
Teorik ve uygulamalı pazarlama bilgilerine yeterli düzeyde sahip olur. (4P, Tüketici Davranışları, Marka Yönetimi, Pazarlama Stratejileri, Pazarlama A... gibi uygulama alanları örnek olarak düşünülebilir)
16 yanıt



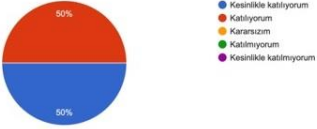
Pazarlama alanında edinilen bilgileri iş süreçlerinde etkin bir şekilde kullanabilir.
16 yanıt



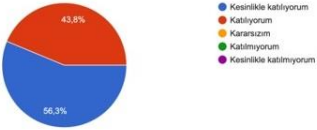
Pazarlama alanıyla ilgili bilgilere kolayca ulaşabilir, analiz edebilir ve yorumlayarak çözüm yolları üretebilir.
16 yanıt



Pazarlama ile ilgili olaylara eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşabilir.
16 yanıt

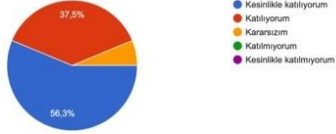


Pazarlama karması ve pazarlama iletişimi hakkında bilgi sahibi olur ve bu bilgileri uygulamada kullanabilir.
16 yanıt

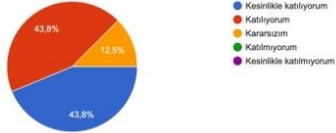


Görsel 2.3.3.2.: Pazarlama Programı 2024 Güz Dönemi Program Çıktıları Anketi Soru ve Cevapları

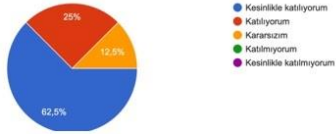
Araştırma yöntem ve tekniklerini kullanarak, yazılı ve sözlü iletişim yolu ile bilgi ve becerileri düzeyindeki düşüncelerini etkin ve anlaşılır biçimde yazılı ve sözlü olarak sunabilir ve ifade edebilir.
16 yanıt



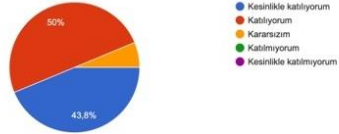
Ekip sorumluluğunun bilincinde olur. Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve önceden tahmin edilemeyen problemleri çözmek için disiplin içi ve di...ır araştırma, bir sistem veya ürün ortaya koyabilir.
16 yanıt



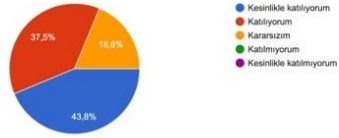
İş hayatında etkili iletişim kurma ve ikna becerisine sahip olur.
16 yanıt



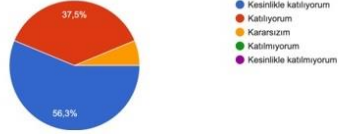
Sürdürülebilir bir toplumun devamlılığı açısından meslek etiğinin bilincindedir. Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması ...al, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahip olur.
16 yanıt



Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder, uygulamalarda mesleki yabancı dilini kullanabilir ve meslektaşları ile iletişim kurabilir.
16 yanıt

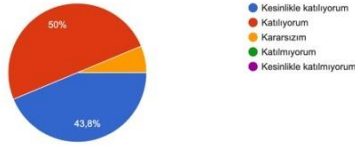


Dijital pazarlama ve e-ticaret süreçlerini satış teknikleriyle birleştirerek uygulayabilir.
16 yanıt

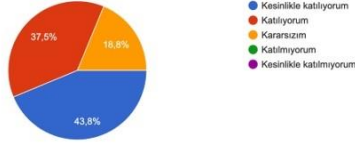


Görsel 2.3.3.3.: Pazarlama Programı 2024 Güz Dönemi Program Çıktıları Anketi Soru ve Cevapları

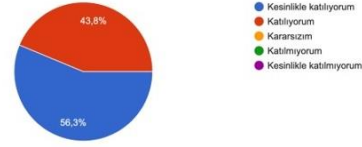
Sürdürülebilir bir toplumun devamlılığı açısından meslek etiğinin bilincindedir. Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması ...al, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahip olur.
16 yanıt



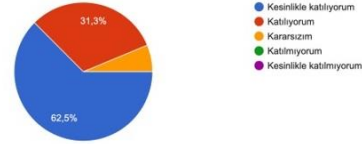
Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder, uygulamalarda mesleki yabancı dilini kullanabilir ve meslektaşları ile iletişim kurabilir.
16 yanıt



Küreselleşme ile değişen tüketici davranışlarını anlayabilir ve uluslararası pazarlama gelişmelerini takip edebilir.
16 yanıt



Pazarlama stratejilerini geliştirmek için bilgi ve becerilerini etkin bir şekilde kullanabilir.
16 yanıt



Program Çıktıları Anketi Değerlendirilmesi:

Öğrenciler ders program çıktıları ile ilgili teorik bilgilerin yeterli olduğunu düşünmektedirler. Fakat bu bilgilerin işte uygulanabilirliği konusunda bazı kararsızlıkları ve olumsuz düşünceleri vardır. Eğitim programında iş dünyasına yönelik uygulamalara daha fazla ağırlık verilebilmesi bu durumu önleyebilmek açısından ele alınabilecektir. Öğrenciler teorik ve uygulamalı pazarlama bilgilerini yeterli düzeyde aldıklarını düşünmektedirler. Bu durum eğitim programının içeriğinin güçlü olduğuna işaret etmektedir. Daha fazla uygulama odaklı çalışmalarla bu olumlu düşünceler geliştirilebilecektir. Öğrencilerin yaklaşık %25'i analiz ve çözüm üretme konusunda eksiklik hissetmektedir. Bu durum, problem çözme odaklı etkinliklerin artırılması gerekliliğini göstermektedir.

Öğrencilerin tamamı pazarlama olaylarına eleştirel bakış açısıyla yaklaşabildiklerini ifade etmektedir. Bu, programın eleştirel düşünme becerisini geliştirmede başarılı olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin pazarlama karması ve iletişimi konularındaki bilgi düzeyi oldukça olumlu düzeydedir. İletişim ve ikna becerilerinde yüksek bir olumlu algının olduğu yine çıkartılabilmektedir. Ancak kararsız kalan küçük bir grup için grup çalışmalarıyla bu beceri daha da güçlendirilebilecektir. Öğrencilerin çoğu meslek etiği ve toplumsal sorumluluk bilincine sahip olduklarını düşünmektedir. Yabancı dil konusunda öğrencilerin büyük bir kısmı kararsızdır. Bu durum, yabancı dil eğitimi veya mesleki dil kullanımına yönelik ek çalışmaların devamlılığının önemini göstermektedir. Dijital pazarlama ve e-ticaret konularında öğrenciler genelde olumlu düşünmektedir. Ancak uygulama projeleri veya teknoloji kullanımıyla bu beceriler daha fazla geliştirilebilecektir.

2.4 Sürekli İyileştirme

Ders kazanım ve program çıktılarının izlenmesine, güncellenmesine ve sürekli iyileştirilmesine yönelik bölüm toplantıları, dış paydaş görüşmeleri, iç ve dış paydaşlara yönelik güncel olarak hazırlanan program ve ders ölçütlerine yönelik anketler (Pazarlama Programı Yeni Öğrenci Anketi, Programa Programı Program Öğrenme Çıktıları Anketi, Sektör Temsilcilerine ve Mezunlara Yönelik Anketler) uygulanmaktadır. (2.4.1).

Pazarlama Programında akademik dönem içerisinde sektör temsilcilerinin katılımının sağlandığı etkinlikler gerçekleştirilmektedir. Böylece sektör temsilcileri ile öğrenciler bir araya getirilerek sektördeki gelişmeler, bakış açıları ve değişimler hakkında çıkarımların yapılması amaçlanmaktadır. Bunun dışında öğrencilerin, BAÜN bünyesinde gerçekleştirilen veya özel sektörün düzenlediği kariyerlerine katkı sağlayacak etkinliklere katılımı sağlanmaktadır. (2.4.2) (2.4.3).

Müfredatta iç ve dış paydaşlarla yapılan toplantılar neticesinde yapılan değişimlerle derslerin saatleri, kredileri, AKTS'leri değiştirilmiştir. Bu değişimin temel hedefleri arasında öğrencilerin aldığı derslerde sektöre uygunluğun ve güncelliğin artması ve uygulamalı derslerin sayısını artırarak öğrencilerin proje yapımı süreçlerine dahil olması vardır. (2.4.4).

[2.4.1.Program Bolum Toplantisi](#)

[2.4.2.Pazarlama Bulusmalari BEST Etkinlik](#)

[2.4.3.Sinir Otesi E Ticaret Konferansi](#)

[2.4.4.Mufredat Yenilenmesi](#)

2.5 Eğitim (Öğretim) Planı (Müfredat)

MEDEK Tanımları:

- 1-** Programa/alana özgü mesleki dersler en az 60 AKTS olmalıdır. Bu derslerin en az 20 AKTS kadarı programa özgü öğrenim çıktıları sağlayan teori, kalanı beceri ve yetkinlik kazandıran derslerden oluşmalıdır.
- 2-** En az 5 AKTS, dış paydaş önerilerini dikkate alan derslerden oluşmalıdır.
- 3-** En az 15 AKTS, İşletmede Mesleki Eğitim, Staj ve Uygulamalı Ders (bkz. Yükseköğretimde Uygulamalı Eğitimler Çerçeve Yönetmeliği) ve/veya güncel mesleki program/yazılım içeren derslerden oluşmalıdır.
- 4-** Eğitim planı ilgili programın disiplinine özgü ölçütleri içermelidir.
- 5-** Programda öğrenci iş yüküne dayalı ve kamuoyuyla paylaşılan yeterlilik temelli eğitim planı bulunmalı ve uygulanmalıdır.
- 6-** Öğretim planını garanti altına alacak ve sürekli gelişimini sağlayacak bir yönetim sistemi bulunmalı ve işletiliyor olmalıdır. (2.5.1).

[2.5.1.MEDEK_Egitim_Plani](#)

Tablo 2.5-1. 2024-2025 Eğitim Öğretim Yılı Müfredatı

BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
BALIKESİR MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCIK BÖLÜMÜ
PAZARLAMA PROGRAMI
2024-2025 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI DERS PLANI

1. SINIF 1. YARIYIL								1. SINIF 2. YARIYIL							
DERS KODU		Kategori	T	U	L	K	AKTS	DERS KODU	DERSİN ADI	Kategori	T	U	L	K	AKTS
PAZ1121	Genel İşletme	M	3	0	0	3	3	PAZ1203	Pazarlama Mevzuatı	M	3	0	0	3	3
PAZ1120	Pazarlama İlkeleri-I	M	3	0	0	3	4	PAZ1220	Pazarlama İlkeleri-II	M	3	0	0	3	3
PAZ1116	Genel Ekonomi	M	3	0	0	3	3	PAZ1223	Bilgisayar-II	M	2	1	0	2,6	2
PAZ1103	Genel Muhasebe	M	3	0	0	3	3	PAZ1222	Medya Okuryazarlığı	M	2	1	0	2,6	2
PAZ1118	Ticaret Matematik	M	3	0	0	3	3	KRY1201	Kariyer Planlama	Z	1	0	0	1	2
PAZ1122	Bilgisayar-I	M	2	1	0	2,6	2		SEÇMELİ DERS-1	S	3	0	0	3	3
PAZ1123	İş Sağlığı ve Güvenliği	Z	2	0	0	2	2		SEÇMELİ DERS-2	S	3	0	0	3	3
PAZ1124	Tüketici Davranışları	M	3	0	0	3	4	STJ1201	Staj	Z	0	0	0	0	8
	TOPLAM		22	1	0	22,6	24		TOPLAM		17	2	0	18,0	28
AIT1101	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	Z	2	0	0	2	2	AIT1201	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II	Z	2	0	0	2	2
TDI1101	Türk Dili-I	Z	2	0	0	2	2	TDI1201	Türk Dili-II	Z	2	0	0	2	2
YDI1101	Yabancı Dil-I (İngilizce)	Z	2	0	0	2	2	YDI1201	Yabancı Dil-II (İngilizce)	Z	2	0	0	2	2
	GENEL TOPLAM		28	1	0	28,6	30		GENEL TOPLAM		23	2	0	24,0	32

1.SINIF 2.YARIYIL SEÇMELİ DERSLER							
PAZ1221	İletişim	S	3	0	0	3	3
PAZ1214	İstatistik	S	3	0	0	3	3
PAZ1224	Pazarlama Yönetimi	S	3	0	0	0	3
PAZ1225	Kalite Yönetim Sistemleri	S	3	0	0	3	3

2. SINIF 1. YARIYIL								2. SINIF 2. YARIYIL							
DERS KODU	DERSİN ADI	Kategori	T	U	L	K	AKTS	DERS KODU	DERSİN ADI	Kategori	T	U	L	K	AKTS
PAZ2108	Satış Teknikleri	M	2	2	0	3	4	PAZ2216	Satış Yönetimi	M	2	2	0	3	4
PAZ2121	Reklamcılık	M	3	0	0	3	4	PAZ2221	Kitle İletişimi ve Tüketim	M	3	0	0	3	4
PAZ2122	Dijital Pazarlama	M	2	1	0	2,6	4	PAZ2224	Pazarlama Uygulamaları	M	0	3	0	1,6	4
PAZ2123	Etkili Konuşma ve Sunum Teknikleri	M	0	3	0	1,6	4	PAZ2225	Girişimcilik	M	2	0	0	2	2
PAZ2133	Meslek Etiği	M	2	0	0	2	2		SEÇMELİ DERS-1	S	3	0	0	3	4
	SEÇMELİ DERS-1	S	3	0	0	3	4		SEÇMELİ DERS-2	S	3	0	0	3	4
	SEÇMELİ DERS-2	S	2	1	0	2,6	4		SEÇMELİ DERS-3	S	2	1	0	2,6	4
	SEÇMELİ DERS-3	S	2	1	0	2,6	4		SEÇMELİ DERS-4	S	2	1	0	2,6	4
	TOPLAM		18	6	0	20,0	30		TOPLAM		17	7	0	20,6	30
2.SINIF 1.YARIYIL SEÇMELİ DERSLER								2.SINIF 2.YARIYIL SEÇMELİ DERSLER							
PAZ2124	Halkla İlişkiler	S	2	1	0	2,6	4	PAZ2217	Marka ve Marka Stratejileri	S	3	0	0	3,0	4
PAZ2125	Mesleki Yabancı Dil	S	2	1	0	2,6	4	PAZ2226	Mesleki Çalışma ve Seminer	S	2	1	0	2,6	4
PAZ2126	Uluslararası Pazarlama	S	3	0	0	3,0	4	PAZ2228	Güncel Pazarlama Teknikleri	S	2	1	0	2,6	4
PAZ2127	Hizmet Pazarlaması	S	3	0	0	3,0	4	PAZ2229	Reklamda Yaratıcılık	S	2	1	0	2,6	4
PAZ2128	Müşteri İlişkileri Yönetimi	S	2	1	0	2,6	4	PAZ2230	Doğrudan Pazarlama	S	3	0	0	3,0	4
PAZ2130	Pazarlama İletişimi	S	2	1	0	2,6	4	PAZ2231	Reklam Kampanyaları	S	3	0	0	3,0	4
PAZ2131	Grafik Tasarım	S	2	1	0	2,6	4	PAZ2232	E-Ticaret	S	2	1	0	2,6	4
								PAZ2233	Pazarlama Araştırması	S	3	0	0	3	4

* M:Mesleki Z:Zorunlu S:Seçmeli

Tablo 2.5-2 Müfredat Derslerinin Kategorilere Göre Dağılımı

Ders Kodu	Ders adı ¹	Öğretim Dili ²	Kategori (AKTS Kredisi)				
			Alanına uygun temel öğretim ³	Alanına uygun öğretim ⁴	Seçmeli Dersler ⁵		Diğer ⁶
					Alan içi	Alan dışı	
1. Yarıyıl							
PAZ1121	Genel İşletme	Türkçe		3			
PAZ1120	Pazarlama İlkeleri-I	Türkçe		4			
PAZ1116	Genel Ekonomi	Türkçe	3				
PAZ1103	Genel Muhasebe	Türkçe	3				
PAZ1118	Ticari Matematik	Türkçe	3				
PAZ1122	Bilgisayar-I	Türkçe	2				
PAZ1123	İş Sağlığı ve Güvenliği	Türkçe	2				
PAZ1124	Tüketici Davranışları	Türkçe		4			
AIT1101	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	Türkçe					2
TDI1101	Türk Dili-I	Türkçe					2
YDI1101	Yabancı Dil-I (İngilizce)	İngilizce					2
2. Yarıyıl							
PAZ1203	Pazarlama Mevzuatı	Türkçe		3			
PAZ1220	Pazarlama İlkeleri-II	Türkçe		3			
PAZ1223	Bilgisayar-II	Türkçe	2				
PAZ1222	Medya Okuryazarlığı	Türkçe		2			
KRY1201	Kariyer Planlama	Türkçe	2				
STJ1201	Staj	Türkçe		8			
PAZ1214	İstatistik	Türkçe			3		
PAZ1221	İletişim	Türkçe			3		
PAZ1224	Pazarlama Yönetimi	Türkçe			3		
PAZ1225	Kalite Yönetim Sistemleri	Türkçe			3		
AIT1201	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	Türkçe					2
TDI1201	Türk Dili-I	Türkçe					2
YDI1201	Yabancı Dil-I (İngilizce)	İngilizce					2
3. Yarıyıl							
PAZ2108	Satış Teknikleri	Türkçe		4			
PAZ2121	Reklamcılık	Türkçe		4			
PAZ2122	Dijital Pazarlama	Türkçe		4			
PAZ2123	Etkili Konuşma ve Sunum Teknikler	Türkçe		4			
PAZ2133	Meslek Etiği	Türkçe		2			
PAZ2124	Halkla İlişkiler	Türkçe			4		
PAZ2125	Mesleki Yabancı Dil	İngilizce			4		
PAZ2126	Uluslararası Pazarlama	Türkçe			4		
PAZ2127	Hizmet Pazarlaması	Türkçe			4		

PAZ2128	Müşteri İlişkiler Yönetimi	Türkçe			4		
PAZ2130	Pazarlama İletişimi	Türkçe			4		
PAZ2131	Grafik Tasarım	Türkçe				4	
4. Yarıyıl							
PAZ2216	Satış Yönetimi	Türkçe		4			
PAZ2221	Kitle İletişimi ve Tüketim	Türkçe		4			
PAZ2224	Pazarlama Uygulamaları	Türkçe		4			
PAZ2225	Girişimcilik	Türkçe	2				
PAZ2217	Marka ve Marka Stratejileri	Türkçe			4		
PAZ2226	Mesleki Çalışma ve Seminer	Türkçe			4		
PAZ2228	Güncel Pazarlama Teknikleri	Türkçe			4		
PAZ2229	Reklamda Yaratıcılık	Türkçe			4		
PAZ2230	Doğrudan Pazarlama	Türkçe			4		
PAZ2231	Reklam Kampanyaları	Türkçe			4		
PAZ2232	E-Ticaret	Türkçe			4		
PAZ2233	Pazarlama Araştırması	Türkçe			4		
PROGRAMDAKİ KATEGORİ TOPLAMLARI *			19	57	34	0	12
MEZUNİYET İÇİN TOPLAM KREDİ			122				
TOPLAMLARIN GENEL TOPLAMDAKİ YÜZDESİ			%15,57	%46,72	%27,86	-	%9,83

Program türüne göre yarıyıl ve dersler için gerektiği kadar satır ekleyiniz ya da çıkartınız.

1 Öğretim dili Türkçe olmasa bile ders adını Türkçe veriniz.

2 Öğretim dilini yazınız.

3 Programda, programın yürütülmesi için zorunlu temel dersler yazılmalıdır.

4 Program öğretimi için alanına uygun zorunlu dersler

5 Seçmeli dersler, alan içi ve alan dışı (mesleki-teknik seçmeli, sosyal-üniversite seçmeli vb.) olmak üzere 2 kategoriye ayrılmıştır

6 Yukarıdaki 3 kategoriye girmeyen dersler. Örnek: 2547 sayılı kanunun 5(i) maddesi kapsamında okutulan dersler gibi

*Toplam krediler ve yüzdeleri hesaplanırken; zorunlu derslerin tümü kullanılmalıdır. Seçmeli derslerin ise sadece öğretim planında yer aldığı sayı kadarı kullanılmalıdır.

2.5.1 Eğitim Planının Bileşenleri

Eğitim planı alanına uygun temel öğretim dersleri, alana uygun öğretim dersleri, alan içi ve dışı seçmeli dersler ve 2547 sayılı kanunun 5(i) maddesi kapsamında olan derslerin yer aldığı bileşenlerden oluşmaktadır. Derslerin yapısı ise, sosyal bilimler, eğitim bilimleri, matematik ve temel bilimler, alan bilgisi, mühendislik bilimleri gibi bileşenlerden oluşmaktadır. Pazarlama Programında bulunan derslerin adı ve derslerin yapısı şu şekildedir:

Tablo 2.5.1.: Ders Yapısı Tablosu

Dersin Kodu	Dersin Adı	Dersin YAPISI		
		Alan Bilgisi	Diğer	
PAZ1121	Genel İşletme	%80	Sosyal Bilimler %20	
PAZ1120	Pazarlama İlkeleri-I	%85	Sosyal Bilimler %15	
PAZ1116	Genel Ekonomi	%90	Matematik ve Temel Bilimler. %10	
PAZ1103	Genel Muhasebe	%95	Matematik ve Temel Bilimler %5	
PAZ1118	Ticari Matematik	%60	Matematik ve Temel Bilimler %40	
PAZ1122	Bilgisayar-I	%25	Mühendislik Bilimleri %50	Matematik ve Temel Bilimler %25
PAZ1123	İş Sağlığı ve Güvenliği	%100		
PAZ1124	Tüketici Davranışları	%90	Sosyal Bilimler %10	
AIT1101	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	%90	Eğitim Bilimleri %10	
TDI1101	Türk Dili-I	%100		
YDI1101	Yabancı Dil-I (İngilizce)	%90	Eğitim Bilimleri %5	Sosyal Bilimler %5
PAZ1203	Pazarlama Mevzuatı	%80	Sosyal Bilimler %20	
PAZ1220	Pazarlama İlkeleri-II	%100		
PAZ1223	Bilgisayar-II	%100		
PAZ1222	Medya Okuryazarlığı	%70	Sosyal Bilimler %30	
KRY1201	Kariyer Planlama	%50	Sosyal Bilimler %50	
STJ1201	Staj	%100		
AIT1201	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II	%100		
TDI1201	Türk Dili-II	%100		
YDI1201	Yabancı Dil-II (İngilizce)	%90	Eğitim Bilimleri %5	Sosyal Bilimler %5
PAZ1221	İletişim	%90	Sosyal Bilimler %10	
PAZ1214	İstatistik	%10	Matematik ve Temel Bilimler. %90	
PAZ1224	Pazarlama Yönetimi	%100		
PAZ1225	Kalite Yönetim Sistemleri	%100		
PAZ2108	Satış Teknikleri	%90	Sosyal Bilimler %10	
PAZ2121	Reklamcılık	%100		
PAZ2122	Dijital Pazarlama	%80	Matematik ve Temel Bilimler %10	Sosyal Bilimler %10
PAZ2123	Etkili Konuşma ve Sunum Teknikleri	%80	Sosyal Bilimler %20	
PAZ2133	Meslek Etiği	%70	Sosyal Bilimler %30	
PAZ2124	Halkla İlişkiler	%100		
PAZ2125	Mesleki Yabancı Dil	%80	Eğitim Bilimleri %20	
PAZ2126	Uluslararası Pazarlama	%100		
PAZ2127	Hizmet Pazarlaması	%100		

PAZ2128	Müşteri İlişkileri Yönetimi	%100		
PAZ2130	Pazarlama İletişimi	%100		
PAZ2131	Grafik Tasarım	%90	Matematik ve Temel Bilimler. %10	
PAZ2216	Satış Yönetimi	%70	Sosyal Bilimler %30	
PAZ2221	Kitle İletişimi ve Tüketim	%50	Sosyal Bilimler %50	
PAZ2224	Pazarlama Uygulamaları	%100		
PAZ2225	Girişimcilik	%100		
PAZ2217	Marka ve Marka Stratejileri	%100		
PAZ2226	Mesleki Çalışma ve Seminer	%90	Sosyal Bilimler %10	
PAZ2228	Güncel Pazarlama Teknikleri	%100		
PAZ2229	Reklamda Yaratıcılık	%100		
PAZ2230	Doğrudan Pazarlama	%100		
PAZ2231	Reklam Kampanyaları	%100		
PAZ2232	E-Ticaret	%90	Sosyal Bilimler %10	
PAZ2233	Pazarlama Araştırması	%80	Matematik ve Temel Bilimler %20	

Tablo 2.5-3 Ders ve Sınıf Büyüklükleri

Dersin Kodu	Dersin Adı	Son İki Yarıyıldaki Açılan Şube Sayısı	En Kalabalık Şubedeki Öğrenci Sayısı	Dersin Türü ⁽¹⁾			
				Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Diğer
PAZ1121	Genel İşletme	1	55	%100	%0		
PAZ1120	Pazarlama İlkeleri-I	1	51	%100	%0		
PAZ1116	Genel Ekonomi	1	48	%100	%0		
PAZ1103	Genel Muhasebe	1	53	%100	%0		
PAZ1118	Ticari Matematik	1	51	%100	%0		
PAZ1122	Bilgisayar-I	1	47	%66,6	%33,3		
PAZ1123	İş Sağlığı ve Güvenliği	1	40	%100	%0		
PAZ1124	Tüketici Davranışları	1	42	%100	%0		
AIT1101	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	1	42	%100	%0		
TDI1101	Türk Dili-I	1	40	%100	%0		
YDI1101	Yabancı Dil-I (İngilizce)	1	41	%100	%0		
PAZ1203	Pazarlama Mevzuatı	1	28	%100	%0		
PAZ1220	Pazarlama İlkeleri-II	1	30	%100	%0		
PAZ1223	Bilgisayar-II	1	34	%66,6	%33,3		
PAZ1222	Medya Okuryazarlığı	1	-	%66,6	%33,3		
KRY1201	Kariyer Planlama	1	-	%100	%0		
STJ1201	Staj		28	%0	%100		
AIT1201	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II	1	24	%100	%0		
TDI1201	Türk Dili-II	1	24	%100	%0		
YDI1201	Yabancı Dil-II (İngilizce)	1	18	%100	%0		
PAZ1221	İletişim	1	30	%100	%0		
PAZ1214	İstatistik	1	31	%100	%0		
PAZ1224	Pazarlama Yönetimi	1	14	%100	%0		
PAZ1225	Kalite Yönetim Sistemleri	1	-	%100	%0		
PAZ2108	Satış Teknikleri	1	22	%50	%50		
PAZ2121	Reklamcılık	1	24	%100	%0		

PAZ2122	Dijital Pazarlama	1	-	%66,6	%33,3		
PAZ2123	Etkili Konuşma ve Sunum Teknikleri	1	22	%0	%100		
PAZ2133	Meslek Etiği	1	-	%100	%0		
PAZ2124	Halkla İlişkiler	1	23	%66,6	%33,3		
PAZ2125	Mesleki Yabancı Dil	1	22	%66,6	%33,3		
PAZ2126	Uluslararası Pazarlama	1	23	%100	%0		
PAZ2127	Hizmet Pazarlaması	1	-	%100	%0		
PAZ2128	Müşteri İlişkileri Yönetimi	1	-	%66,6	%33,3		
PAZ2130	Pazarlama İletişimi	1	24	%66,6	%33,3		
PAZ2131	Grafik Tasarım	1	-	%66,6	%33,3		
PAZ2216	Satış Yönetimi	1	14	%50	%50		
PAZ2221	Kitle İletişimi ve Tüketim	1	-	%100	%0		
PAZ2224	Pazarlama Uygulamaları	1	16	%0	%100		
PAZ2225	Girişimcilik	1	-	%100	%0		
PAZ2217	Marka ve Marka Stratejileri	1	17	%100	%0		
PAZ2226	Mesleki Çalışma ve Seminer	1	16	%66,6	%33,3		
PAZ2228	Güncel Pazarlama Teknikleri	1	16	%66,6	%33,3		
PAZ2229	Reklamda Yaratıcılık	1	-	%66,6	%33,3		
PAZ2230	Doğrudan Pazarlama	1	-	%100	%0		
PAZ2231	Reklam Kampanyaları	1	-	%100	%0		
PAZ2232	E-Ticaret	1	-	%66,6	%33,3		
PAZ2233	Pazarlama Araştırması	1	18	%100	%0		

Satır Sayısı güncel müfredat derslerine göre arttırılmalıdır.

1. Her dersin oluştuğu türleri yüzde olarak veriniz (%75 teorik, %25 uygulama gibi).

2.6 Öğretim Kadrosu

2.6.1 Öğretim Kadrosunun Sayıca Yeterliliği

Pazarlama Programında bir öğretim görevlisi doktor ve bir öğretim görevlisi kadrolu olarak çalışmaktadır. Bir öğretim görevlisi doktor ise 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu 13/B-4 maddesi kapsamında Sındırgı MYO'dan tam zamanlı olarak bölüme görevlendirilmiştir. 2023-2024 eğitim öğretim yılında yine 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu 13/B-4 maddesi kapsamında Burhaniye MYO'dan görevlendirilen bir doktor öğretim üyesi ise 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu 40. Maddesi kapsamında Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesine misafir öğretim üyesi olarak gitmiştir.

Pazarlama Programında tam zamanlı öğretim elemanlarının yanı sıra diğer bölümlerde veya programlarda tam zamanlı görev yapan 13 öğretim elemanı programda ek görevli olarak ders vermektedir.

Tam zamanlı görev yapan üç öğretim elemanı birinci sınıf, ikinci sınıf birinci öğretim ve ikinci sınıf ikinci öğretim olmak üzere üç sınıfın her birinde bulunan öğrencilere danışmanlık vermektedir. Öğretim kadrosu gerek öğrenci danışmanlığı gerekse mesleki gelişimin sağlanması için meslek kuruluşları ve işverenlerle ilişkiyi sürdürebilmek ve programın tüm alanlarını kapsayacak işleri yapmak için sayıca yeterlidir. Öğretim kadromuz yeterli bilgi ve tecrübeye sahiptir. Programın eğitim öğretim kadrosu etkin bir şekilde sürdürülmesini ve geliştirilmesini sağlayacak niteliklere sahiptir.

Tablo 2.6-1: Öğretim Kadrosu Yük Özeti

Öğretim Elemanının Adı ve Soyadı	TZ, YZ, EG ⁽¹⁾	Son İki Dönemde Verdiği Tüm Dersler (Dersin Kodu/Kredisi/Dönemi/Yılı) ⁽²⁾	Toplam Etkinlik Dağılımı ⁽³⁾		
			Öğretim	Araştırma	Diğer ⁽⁴⁾
Öğr. Gör. Nevin POLAT	TZ	İletişim/ PAZ1201/2+2/Bahar/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Nevin POLAT	TZ	Satış Yönetimi/PAZ 2216/2+2/Bahar/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Nevin POLAT	TZ	Satış Teknikleri/PAZ2108/2+2/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Nevin POLAT	TZ	Etkili Konuşma ve Sunum Teknikleri /PAZ2123/2+1/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Nevin POLAT	EG	TIP 1. Sınıf - İletişim Becerileri /18+0/Güz/2023-2024/(Tıp Fakültesi/Dönem I)	100		
Öğr. Gör. Nevin POLAT	EG	Güzel Konuşma ve İletişim/SEÇ1003/56+0/Güz ve Bahar/2023-2024/(Tıp Fakültesi/Yıllık Ders)	100		
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	TZ	Marka ve Marka Stratejileri/PAZ2217/3+0/Bahar/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	TZ	Pazarlama İlkeleri-II/PAZ1212/4+0/Bahar/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	TZ	Mesleki Çalışma ve Seminer /PAZ2223/2+1/Bahar/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	TZ	Reklamcılık/PAZ2109/2+1/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	TZ	Ticari Matematik/PAZ1118/3+0/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	TZ	Halkla İlişkiler/PAZ2111/2+1/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	TZ	Pazarlama İlkeleri-I/PAZ1120/3+0/Güz/2024-2025	100		

Öğr. Gör. Dr. Mehmet Can TOKMAK	EG	TIP 1. Sınıf - İletişim Becerileri /9+0/Güz/2023-2024/(Tıp Fakültesi/Dönem I)	100		
Dr. Öğretim Üyesi Aslı GÜNGÖR	TZ	Güncel Pazarlama Teknikleri /PAZ2209/2+2/Bahar/2023-2024	100		
Dr. Öğretim Üyesi Aslı GÜNGÖR	TZ	Pazarlama Uygulamaları / PAZ2212/2+1/Bahar/2023-2024			
Öğr. Gör. Dr. Fulya GÜNGÖR	TZ	Pazarlama İletişimi/PAZ2110/2+2/Güz/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Dr. Fulya GÜNGÖR	TZ	Genel İşletme/PAZ1121/3+0/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Dr. Fulya GÜNGÖR	TZ	Pazarlama Araştırması/PAZ2208/3+0/Bahar/2023-2024	100		
Doç. Dr. Mustafa ÖĞE	EG	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I /AIT1101/2+0/Güz/2024-2024	100		
Öğretmen Mehmet BALCI	EG	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II /AIT1201/2+0/Bahar/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Fatma GİRGİN	EG	Genel Muhasebe/PAZ1103/3+0/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Dr. Ruşen Sezen KİŞLALIOĞLU	EG	Genel Ekonomi/PAZ1116/3+0/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Mert SAHİL	EG	Bilgisayar-I/PAZ1122/2+1/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Mustafa ÇETİN	EG	Bilgisayar-II/PAZ1204/2+1/Bahar/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Emine MUTAFCI	EG	İş Sağlığı ve Güvenliği/PAZ1123/2+0/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Emine MUTAFCI	EG	Tüketici Davranışları /PAZ1202/4+0/Bahar/2023-2024	100		

Öğr. Gör. Dr. Mehtap TÜRKAN	EG	Tüketici Davranışları /PAZ1124/3+0/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Dr. Zeliha KAPUKAYA	EG	Türk Dili-I/TDI1101/2+0/Güz/2024-2025	100		
Öğr. Gör. Dr. Zeliha KAPUKAYA	EG	Türk Dili-II/TDI1201/2+0/Bahar/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Dr. Çağlar DEMİR	EG	Yabancı Dil-I (İngilizce)/YDI1101/2+0/Güz/ 2024-2024	100		
Öğr. Gör. Dr. Çağlar DEMİR	EG	Yabancı Dil-II (İngilizce)/ YDI1201/2+0/Bahar/ 2023-2024	100		
Öğr. Gör. Dr. Çağlar DEMİR	EG	Mesleki Yabancı Dil/PAZ2112/2+1/Güz/2024- 2025	100		
Öğr. Gör. Dilek KARAMAN	EG	Pazarlama Mevzuatı /PAZ1203/3+0/Bahar/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Esra BURSA	EG	İstatistik/PAZ1214/3+0/Bahar/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Sultan IŞIK YILMAZ	EG	Pazarlama Yönetimi /PAZ2211/2+1/Bahar/2023-2024	100		
Öğr. Gör. Dr. Özlem ARI	EG	Uluslararası Pazarlama /PAZ2117/3+0/Bahar/2023-2024	100		

Notlar:

- (1) TZ: Tam zamanlı, YZ: Yarı zamanlı, EG: Ek görevli
- (2) Her öğretim elemanı için son iki dönemde verdiği tüm dersleri (lisansüstü ve başka programlarda verilen dersler dahil) sıralayınız. Gerekğinde satır ekleyiniz.
- (3) Etkinlik dağılımını, her bir öğretim elemanının toplam etkinliği %100 olacak biçimde yüzde olarak veriniz.
- (4) Uzun süreli izinleri “Diğer” sütununda gösteriniz.

Tablo 2.6-2: Öğretim Kadrosunun Analizi

Öğretim Elemanının Adı ve Soyadı ⁽¹⁾	Unvanı	TZ YZ EG (2)	Aldığı Son Derece ve Alanı	Mezun Olduğu Son Kurum ve Mezuniyet Yılı	Deneyim Süresi, Yıl			Etkinlik Düzeyi (yüksek, orta, düşük, yok)		
					Kamu/ Sanayi Deneyimi	Öğretim Deneyimi	Bu Kurumdaki Deneyimi	Mesleki Kuruluşlarda	Araştırmada	Sanayiye Verilen Danışmanlıkta
Nevin POLAT	Öğr. Gör.	TZ	Lisans-İşletme Mühendisi	İTÜ-1989	31/1	32	31			
Mehmet Can TOKMAK	Öğr. Gör. Dr.	TZ	Doktora-Halkla İlişkiler	İstanbul Üniversitesi-2024	3/3	3	3			
Fulya GÜNGÖR	Öğr. Gör. Dr.	TZ	Doktora-İşletme	Balıkesir Üniversitesi-2023	8/5	13	8			
Aslı GÜNGÖR	Dr. Öğr. Üyesi	TZ	Doktora-Radyo, TV ve Sinema Bölümü	İstanbul Üniversitesi-2009	27	27	4			
Fatma GİRGİN	Öğr. Gör.	EG	Yüksek Lisans-Muhasebe ve Finansman	Balıkesir Üniversitesi-2020	2/18	2	2			
Dilek KARAMAN	Öğr. Gör.	EG	Lisans-Hukuk	Ankara Üniversitesi-1999	?	?	14			
Mehtap TÜRKAN	Öğr. Gör. Dr.	EG	Doktora-Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	Balıkesir Üniversitesi-2020	9/11	9	3			
Mert SAHİL	Öğr. Gör.	EG	Yüksek Lisans-Müzik Eğitimi	Gazi Üniversitesi-2019	3/0	3	3			

Emine MUTAFCI	Öğr. Gör.	EG	Yüksek Lisans-Sosyoloji	Adnan Menderes Üniversitesi-2007	?	?	4			
Özlem ARI	Öğr. Gör. Dr.	EG	Doktora-Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi-2023	3/ 15	3	2			
Ruşen Sezen KIŞLALIOĞLU	Öğr. Gör. Dr.	EG	Doktora-İşletme	Balıkesir Üniversitesi-2019	17/10	17	10			
Çağlar DEMİR	Öğr. Gör. Dr.	EG	Doktora-İngiliz Dili ve Edebiyatı	İstanbul Aydın Üniversitesi-2020	23/0	23	23			
Zeliha KAPUKAYA	Öğr. Gör. Dr.	EG	Doktora-Yeni Türk Edebiyatı	Balıkesir Üniversitesi-2015	21/0	21	9			
Mustafa ÖĞE	Doç. Dr.	EG	Doktora-Tarih	Balıkesir Üniversitesi-2022	?	?	21			
Esra BURSA	Öğr. Gör.	EG	Yüksek Lisans-Fen Bilgisi Eğitimi	Balıkesir Üniversitesi-2022	?	?	2			
Mustafa ÇETİN	Öğr. Gör.	EG	Yüksek Lisans-Endüstri Müh.	Balıkesir Üniversitesi-2007	?	?	21			
Sultan IŞIK YILMAZ	Öğr. Gör.	EG	Yüksek Lisans-İşletme	Uşak Üniversitesi	?	?	4			
Mehmet BALCI	Öğrtm.	EG	?	?	?	?	?			

Notlar:

- (1) Tabloyu programdaki her öğretim üyesi için doldurunuz. Gerekliyse ek sayfa kullanabilirsiniz.
(2) TZ: Tam zamanlı, YZ: Yarı zamanlı, EG: Ek görevli

Pazarlama Programının öğretim kadrosu alanıyla ilgili akademik ve bilimsel çalışmalar yürüten, uzmanlıklarını almış ve gerekli yetkinliklere sahip niteliktedirler.

ÖĞRETİM ELEMANLARI BİLGİLERİ

Tablo 2.6-3 2024 Yılında Düzenlenen Bilimsel Etkinliklerde Sunulan Bildiri Sayısı

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.

PROGRAM ADI	1	2	3	4	5	6	7	8
Pazarlama	-	-	-	-	-	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.
---	--

Tablo 2.6-5 2024 Yılında Öğretim Elemanlarının diğer araştırma alanları

PROGRAM ADI	1	2	3	4	5	6
Pazarlama	-	-	-	-	-	-
1. Patent sayısı 2. Teknokent / Teknokent dışındaki şirketlerde görev alan öğretim üyesi sayıları. 3. Faydalı model, tasarım, yazılım bilgileri 4. Devam eden protokol bilgileri (belediye, askeriye, milli eğitim, il sağlık müdürlüğü, özel sektör vb.) 5. Devam eden danışmanlık bilgileri (kamu / özel sektör vb. danışmanlıkları). 6. Sergi/Sanatsal Faaliyetler						

2.6.3 Atama ve Yükseltme

Pazarlama Programında atama, yükseltme ve görevlendirme süreç ve kriterleri Balıkesir Üniversitesi'nin ilgili yönergeleriyle tanımlanmış ve çerçevede yürütülmektedir. Programlara belirli niteliklere sahip akademik personeli işe alma, atanma süreçlerini ayrıntılı olarak tanımlayan "*Akademik Yükseltme ve Atama Kriterleri Yönergesi*" bulunmaktadır.

Son bir yıl içinde (2024) Pazarlama Programına bir öğretim elemanı 13/B-4 ile kapsamında görevlendirilmiştir.

2.6.4 Ders Tanıtım Formları/Ders Ayrıntıları

Pazarlama Programının ders tanıtım formları/ders ayrıntılarına Balıkesir Üniversitesi internet sitesinde yer alan "EBS" sekmesinden, Akademik Birimler, Ön Lisans, Balıkesir MYO, Pazarlama Programı sırasıyla seçilerek ulaşılabilmektedir. (2.6.4.1).

2.6.4.1. Pazarlama Ders Katalogu

2.7 Altyapı

2.7.1 Eğitim için Kullanılan Alanlar ve Donanım

Pazarlama Programı tarafından kullanılan iki adet derslik ve ortak kullanılan bir adet bilgisayar laboratuvarı mevcuttur.

Tablo 2.7.1. Pazarlama Programı Derslikleri ve Kapasiteleri

Derslik	Kapasite
C 002	44 Kişi
D 001	50 Kişi
D 204 (BL4)	34 Kişi

2.7.2 Diğer Alanlar ve Altyapı

Pazarlama Programına kayıtlı öğrencilerin ders aralarında sosyalleşebilmeleri ve vakit geçirebilmeleri için birim kantini bulunmaktadır. Ayrıca öğrenciler ilgili saat dilimleri arasında üniversite yemekhanesinden faydalanabilmektedirler. Kampüste öğrencilerin dinlenmeleri için çeşitli alanlar bulunmaktadır. Öğrencilerin sosyal ve sportif faaliyet içerisinde bulunabilecekleri basketbol sahaları, tenis kortu, yüzme havuzu, futbol sahası, koşma alanları, kapalı spor salonları bulunmaktadır.

Her ğretim elemanın ın kendine ait odası bulunmaktadır, misafir ğretim elemanları için de alan ayrılmıştır. İdari personel için de evrak kayıt, ğrenci işleri, teknik birimler gibi her birim için ayrı ayrı ofisler tahsis edilmiştir. Bölümlerin ortak sekreteri ise idari ofiste görev yapmaktadır.

2.7.3 Eğitim Araçları, Bilgisayar ve Bilişim Altyapısı

Program tarafından kullanılan dersliklerin her birinde projeksiyon cihazı, projeksiyon perdesi, dersi veren ğretim elemanın ın kullanımı için internet bağlantısı, beyaz veya kara yazı tahtası ile ğrenci masaları ve sıraları yer almaktadır. Program tarafından kullanılan bilgisayar laboratuvarında projeksiyon cihazı, projeksiyon perdesi, dersi veren ğretim elemanın ın ve öğrencilerin kullanımı için internet bağlantısı, beyaz yazı tahtası ile yeterli sayıda bilgisayar masaları yer almaktadır. Bilgisayarlar programda verilen derslerin uygulamalarını yapmak için yeterlidir.

2.7.4 Kütüphane

Pazarlama Programı ğrencileri Balıkesir niversitesi bünyesindeki Mehmet Akif Ersoy Merkez Kütüphanesi'nin sahip olduğu tüm kaynak ve olanaklarından faydalanabilmektedirler.

2.7.5 Özel nlemler

Balıkesir niversitesi'nin ve Balıkesir Meslek Yüksekokulu'nun iş güvenliği uzmanı mevcuttur ve tüm derslik, okul çevresi ve laboratuvarlarda güvenlik tedbirleri alınmıştır. Genel güvenlik tedbirleri dışında programın gerektirdiği özel bir güvenlik tedbiri yoktur.

3 PROGRAM GENEL DEĞERLENDİRMEYE YÖNELİK GZFT TABLOSU

Program Genel Değerlendirme GZFT Tablosu	
Güçlü Yönler	Zayıf 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. -Bölümün dijital pazarlama, reklamcılık ve marka yönetimi gibi güncel konuları kapsayan ders programının olması.	-Öğrencilerin çoğunluğunun bölümü tercih nedeni açıkta kalma korkusudur. Bu da içsel motivasyonlarının düşük olmasına neden olmaktadır. -MYO binası içinde öğrencilerin sosyalleşebilecekleri ortamlar, fiziki yapı nedeniyle yetersizdir. -Mezun öğrencilerin yer aldığı bir veri tabanının eksikliği mevcuttur. -Öğrencilerin yabancı dil becerilerinin yetersizliği iş bulmaları adına olumsuz bir etkidir. -Dijital pazarlama ve analiz araçlarına erişim konusunda sınırlı olanaklar. -Bölümün taşıdığı potansiyel, öğrenciler ve iş dünyası tarafından yeterince anlaşılmamaktadır.
Fırsatlar	Tehditler
Pazarlama ve Reklamcılık bölümü öğrencilerinin Dikey Geçiş ile lisans tamamlama fırsatı bulunmaktadır. -E-ticaret ve dijital pazarlama alanındaki gelişmeler, bölüm öğrencileri için bir istihdam fırsatıdır. -Balıkesir'de bulunan firmaların insan kaynağı ihtiyacı ve BMYO ile yapılan iş birliği protokolleri öğrencilerimiz için fırsattır. -Balıkesir'in gelişme potansiyelinin yüksek oluşu bölüm mezunlarımızın istihdam olanaklarını arttırmaktadır. -Bölgenin turizm, tarım ve sanayi açısından gelişmiş olması sayesinde pazarlama alanında fırsat sunmaktadır.	-Öğrencilerin ekonomik ve iş bulma kaygısıyla; asker ya da polis olarak istihdam edilme arzuları bölümü benimsemelerini güçleştirmektedir. -Balıkesir'in öğrenciler tarafından yeterince cazibe merkezi olan bir şehir olarak görülmeşi. -Çağış yerleşkesinin yaşayan bir kampüs olmak dışında; ders alınıp merkeze geri dönülebilecek bir yer oluşu üniversiteye aidiyet duygusunun oluşmasını zorlaştırmaktadır. -Genç işsizliğinin yüksek oranda olması ve rekabetin yoğunluğu bölüm mezunlarımız için tehdittir. - Balıkesir'deki küçük ve orta ölçekli işletmelerin pazarlama ve reklam bütçelerinin sınırlı olması.

EKLER LİSTESİ

Ofis Danışmanlık Saatleri Klasörü
Öğretim Elemanları Özgeçmişleri Klasörü
Ders Tanıtım Formları Klasörü