

Balıkesir Üniversitesi Balıkesir MYO Pazarlama Programı

2025-2026 Bahar Dönemi Ders Öğrenme Çıktıları Anketleri Sonuç Değerlendirmesi

Ders Kodu: PAZ1220 – I. Sınıf

Ders Adı: Pazarlama İlkeleri-II

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Can TOKMAK

1- Ders Öğrenme Çıktıları Bulguları

Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ)	5 N(%)	4 N(%)	3 N(%)	2 N(%)	1 N(%)	Ortalama	Medyan	Std. Sapma
DÖÇ-1	42,9	35,7	14,3	7,1	-	4,14	4,00	0,95
DÖÇ-2	50	42,9	7,1	-	-	4,43	4,50	0,65
DÖÇ-3	85,7	14,3	-	3,7	-	4,79	5,00	0,43
DÖÇ-4	64,3	21,4	7,1	7,1	-	4,43	5,00	0,94
DÖÇ-5	71,4	14,3	7,1	7,1	-	4,50	5,00	0,94

2-Genel Değerlendirme

Öğrenme Çıktısı 1: Bütünleşik pazarlama iletişimi ve tutundurma karması hakkında yorum yapar,



Öğrenciler, ders kapsamında ele alınan temel bilgi ve kavramları büyük ölçüde kazanmış ve ilgili konular üzerinde değerlendirme yapabilecek yeterliliğe ulaşmıştır.

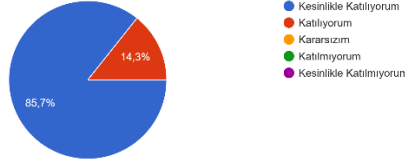
Öğrenme Çıktısı 2: Halkla ilişkiler ve reklam kavramları hakkında çıkarımlarda bulunur,



Öğrenciler, bu öğrenme çıktısına ilişkin bilgi ve becerileri başarılı bir şekilde edinmiş, konuya yönelik yeterli düzeyde kavrayış geliştirmiştir.

Öğrenme Çıktısı 3: Kişisel satış, satış tutundurma ve satış noktası etkinlikleri tekniklerini kavrar,

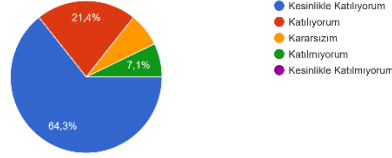
Kişisel satış, satış tutundurma ve satış noktası etkinlikleri tekniklerini kavrayabilir,
14 yanıt



Bu öğrenme çıktısı, öğrenciler tarafından en yüksek düzeyde gerçekleştirilen kazanımlardan biri olmuştur. Ortalama puanın oldukça yüksek olması (Ort.=4,79), öğrencilerin ilgili bilgi ve becerileri büyük ölçüde kazandığını ve ders hedeflerine başarıyla ulaşıldığını göstermektedir.

Öğrenme Çıktısı 4: Markaların pazarlama stratejilerini anlamlandırır,

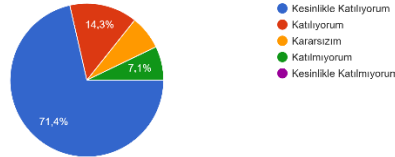
Markaların pazarlama stratejilerini anlamlandırabilir,
14 yanıt



Öğrenciler, bu öğrenme çıktısı kapsamında hedeflenen bilgi ve becerileri yüksek düzeyde kazanmış, ders kapsamında sunulan içerikleri etkili bir şekilde özümsemiştir.

Öğrenme Çıktısı 5: İnternette pazarlama, hizmet pazarlaması ve uluslararası pazarlamanın sistemini bilir.

İnternette pazarlama, hizmet pazarlaması ve uluslararası pazarlamanın sistemini bilir,
14 yanıt



Öğrenciler, ders sonunda bu öğrenme çıktısına ilişkin yeterlilikleri büyük ölçüde kazanmış ve konuyu kavradıklarını ifade etmiştir.

3- İyileştirme Önerileri

- Öğrenme çıktılarının genel olarak yüksek düzeyde gerçekleşmiş olması dersin etkili yürütüldüğünü göstermektedir. Bununla birlikte, uygulamalı etkinlikler ve güncel örnek olay analizleri artırılarak öğrencilerin teorik bilgileri uygulamaya aktarma becerileri daha da geliştirilebilir.

Ders Kodu: PAZ1222 – I. Sınıf

Ders Adı: Medya Okuryazarlığı

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Can TOKMAK

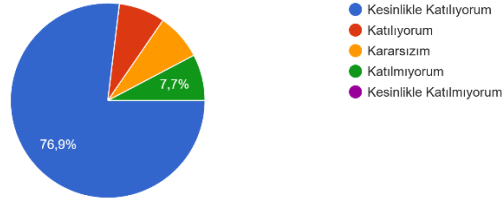
1- Ders Öğrenme Çıktıları Bulguları

Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ)	5 N(%)	4 N(%)	3 N(%)	2 N(%)	1 N(%)	Ortalama	Medyan	Std. Sapma
DÖÇ-1	76,9	7,7	7,7	7,7	-	4,62	5,00	0,96
DÖÇ-2	69,2	23,1	7,7	-	-	4,62	5,00	0,65
DÖÇ-3	53,8	38,5	-	7,7	-	4,38	4,00	0,87
DÖÇ-4	53,8	30,8	7,7	7,7	-	4,31	5,00	1,03
DÖÇ-5	53,8	15,4	23,1	7,7	-	4,15	4,00	1,07

2- Genel Değerlendirme

Öğrenme Çıktısı 1: Medya okuryazarlığı ile ilgili kavramları algılayabilir ve hangi durumlarda inceleme yapılması gerektiğini bilir,

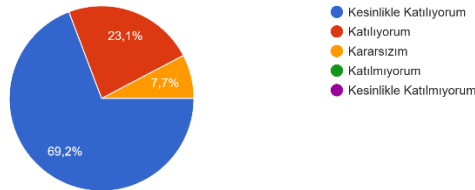
Medya okuryazarlığı ile ilgili kavramları algılayabilir ve hangi durumlarda inceleme yapılması gerektiğini bilir,
13 yanıt



Öğrenciler, medya okuryazarlığına ilişkin temel kavramları ve analiz gerektiren durumları yüksek düzeyde kavramıştır. Sonuçlar, bu kazanıma büyük ölçüde ulaşıldığını göstermektedir.

Öğrenme Çıktısı 2: Medya okuryazarlığının temel konularını ve yaklaşımlarını kavrar,

Medya okuryazarlığının temel konularını ve yaklaşımlarını kavrayabilir,
13 yanıt



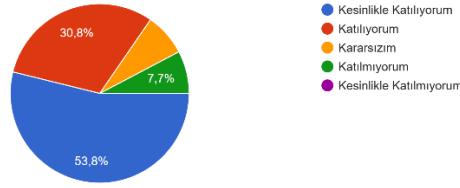
Öğrenciler, medya okuryazarlığının temel yaklaşımlarını başarılı bir şekilde öğrenmiş ve konuya ilişkin kavramsal yeterlilik kazanmıştır.

Öğrenme Çıktısı 3: Medyanın iletişim ve toplumsal süreçlere olan etkisi hakkında eleştirel çıkarımlar yapar,

Öğrenciler, medyanın birey ve toplum üzerindeki etkilerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilmiş ve bu alanda beklenen kazanımlara ulaşmıştır.

Öğrenme Çıktısı 4: Sosyal medya ve dijital ortamlardaki içerikler hakkında çıkarımlarda bulunur,

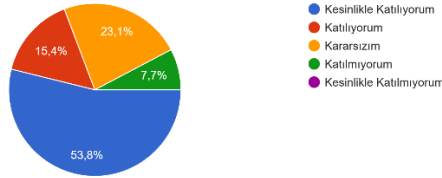
Sosyal medya ve dijital ortamlardaki içerikler hakkında çıkarımlarda bulunabilir,
13 yanıt



Öğrenciler, sosyal medya ve dijital platformlardaki içerikleri analiz edebilme ve yorumlayabilme becerisi kazanmış, dijital medya farkındalıklarını geliştirmiştir.

Öğrenme Çıktısı 5: Geleneksel medya ortamlarındaki içerikleri yorumlayabilir ve analiz eder.

Geleneksel medya ortamlarındaki içerikleri yorumlayabilir ve analiz edebilir.
13 yanıt



Öğrenciler, geleneksel medya içeriklerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilmiş ve analiz becerilerini büyük ölçüde geliştirmiştir.

3- İyileştirme Önerileri

- Öğrenci merkezli öğretim yöntemleri, grup çalışmaları ve gerçek yaşam problemlerine dayalı uygulamaların ders sürecine daha fazla entegre edilmesi, öğrenme çıktılarındaki başarı düzeyinin sürdürülebilirliğine ve sürekli iyileştirme çalışmalarına katkı sağlayacaktır.

Ders Kodu: PAZ1214 – I. Sınıf

Ders Adı: İstatistik

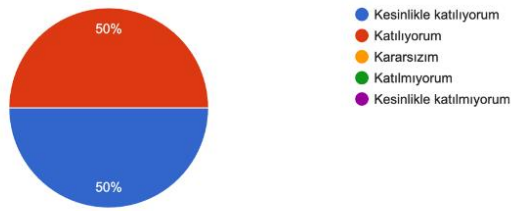
Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR

1- Genel Değerlendirme

Öğrenme Çıktısı 1:

İstatistiksel terim ve kavramları (örneklem, evren, değişken, frekans, vb.) tanımlar ve açıklar.
10 yanıt

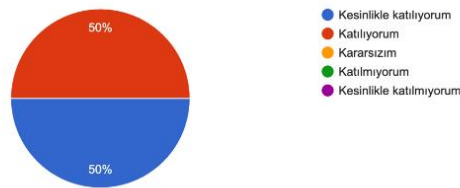


Yorum: Tüm öğrenciler olumlu görüş bildirmiştir. %50'si “Kesinlikle katılıyorum”, diğer %50'si ise “Katılıyorum” seçeneğini işaretlemiştir. Bu da öğrencilerin temel istatistiksel kavramları kavradığını göstermektedir.

Sonuç: Öğrenme çıktısı başarıyla sağlanmıştır. Öğrenciler, temel istatistik terimlerini tanıma ve açıklama becerilerini yeterli düzeyde kazanmış görünmektedir.

Öğrenme Çıktısı 2:

Verileri doğru bir şekilde toplar, sınıflandırır ve tablolar veya grafiklerle sunar.
10 yanıt

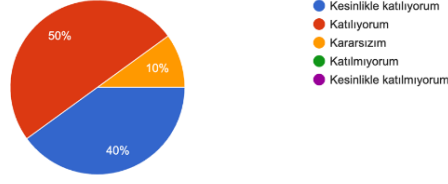


Yorum: Öğrencilerin tamamı öğrenme çıktısını edindiklerini belirtmiştir. Yüksek oranlar, konunun uygulamalı ve anlaşılır bir şekilde işlendiğini göstermektedir.

Sonuç: Veri toplama ve sunma becerilerinin kazandırıldığı anlaşılmaktadır. Öğretim hedefi başarıyla gerçekleştirilmiştir.

Öğrenme Çıktısı 3:

Merkezi eğilim (ortalama, medyan, mod) ve dağılım ölçümlerini (standart sapma, varyans, vb.) hesaplayabilir ve yorumlayabilir.
10 yanıt

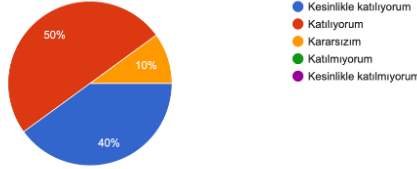


Yorum: Öğrencilerin büyük çoğunluğu (%90) bu çıktıyı kazandığını ifade etmektedir. %10'luk kararsız kesim dikkat çekmektedir.

Sonuç: Konunun genel olarak başarıyla öğretildiği, ancak bazı öğrencilerin daha fazla uygulamaya ihtiyaç duyduğu görülmektedir.

Öğrenme Çıktısı 4:

Verileri etkili bir şekilde sunmak için uygun grafik türlerini (çubuk grafiği, pasta grafiği, histogram, vb.) seçebilir ve oluşturabilir.
10 yanıt

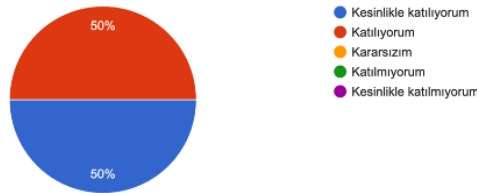


Yorum: Grafik okuma ve oluşturma becerileri büyük oranda kazanılmıştır. Kararsızların oranı yine düşük seviyededir.

Sonuç: Verilerin görsel sunumu konusunda öğrenciler yeterlilik kazanmıştır. Geliştirme için bazı öğrencilere ek yönlendirmeler yapılabilir.

Öğrenme Çıktısı 5:

Verilerin etik ilkeler doğrultusunda toplanması, analizi ve sunumu ile ilgili sorumlulukları anlar ve uygular.
10 yanıt



Yorum: Etik ilkelere yönelik farkındalık oldukça yüksek. Tüm öğrencilerin olumlu görüş vermesi önemli bir göstergedir.

Sonuç: Etik sorumlulukların kavrandığı anlaşılmaktadır. Bu kazanım öğrencilerin mesleki gelişimi açısından güçlü bir temeldir.

Öğrenme çıktıları bazında genel başarı oranı oldukça yüksektir. Katılımcıların tümü olumlu tutum sergilemiş, hiçbir olumsuz görüş ya da eksiklik algısı bildirilmemiştir. Grafik oluşturma konusunda %10'luk kararsızlık oranı, bu becerinin biraz daha pratikle desteklenmesi gerektiğini göstermektedir. Dersi destekleyici olarak interaktif uygulamalar, grup çalışmaları ve dijital araçlarla grafik oluşturma etkinlikleri artırılabilir. Öğrenciler veri toplama ve düzenleme becerilerinde yüksek öz güvene sahiptir. Görsel sunum becerilerinin pekiştirilmesi adına uygulamalı etkinlikler artırılabilir. Öğrenciler etik konulara dair bilinç ve uygulama düzeylerinde yeterlilik hissine sahiptir. Tüm öğrenciler istatistik temel bilgi alanında kendilerini yeterli görmektedir.

2. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

Veri toplama ve düzenleme konusunda öğrencilerin güçlü bir öz güvene sahip olmaları dikkate alınarak, bu becerileri pekiştirecek mini saha uygulamaları düzenlenebilir. Öğrencilerden küçük ölçekli anketler düzenlemeleri ve elde ettikleri verileri analiz ederek grafiklerle ifade etmeleri istenebilir. Bu süreçte eğitici rehberlik sağlanarak öğrencilerin uygulamalı öğrenme deneyimleri desteklenebilir.

Ders Kodu: PAZ1224 – I. Sınıf

Ders Adı: Pazarlama Yönetimi

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

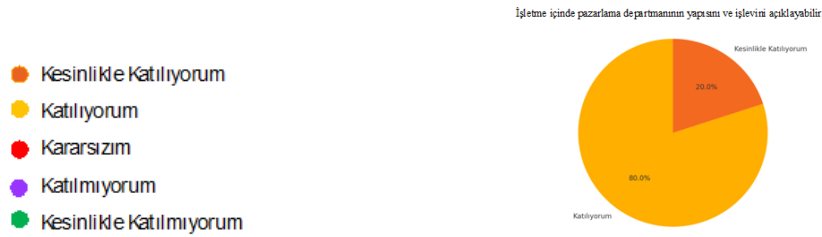
Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR

1. Ders Öğrenme Çıktıları Bulguları

Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ)	5 N(%)	4 N(%)	3 N(%)	2 N(%)	1 N(%)	Ortalama	Medyan	Std. Sapma
DÖÇ-1	20	80	-	-	-	4,2	4	0,40
DÖÇ-2	20	60	20	-	-	4	4	0,63
DÖÇ-3	-	80	20	-	-	3,8	4	0,40
DÖÇ-4	-	80	20	-	-	3,8	4	0,40
DÖÇ-5	20	60	20	-	-	4	4	0,63
DÖÇ-6	20	80	-	-	-	4,2	4	0,40

2. Genel Değerlendirme

Öğrenme Çıktısı 1: İşletme içinde pazarlama departmanının yapısını ve işlevini açıklayabilir.



Bu sonuçlar, öğrencilerin büyük çoğunluğunun pazarlama departmanının organizasyon içindeki yapısı ve fonksiyonlarına dair bilgi düzeylerinin yüksek olduğunu düşündüğünü ortaya koymaktadır. Öğrenim çıktısının genel olarak başarıldığı izlenimi oluşturmaktadır.

Öğrenme Çıktısı 2: Pazarlama yönetiminin sorumluluklarını belirleyip uygulayabilir.



Bu dağılım, öğrencilerin önemli bir kısmının pazarlama yönetimine ilişkin sorumlulukları kavradığını ve bu bilgileri uygulama düzeyine taşıyabildiğini düşündüğünü göstermektedir. Ancak küçük bir kısmının kararsız kalması, bazı öğrencilerin bu kazanımı tam olarak içselleştiremediğini düşündürülebilir.

Öğrenme Çıktısı 3: Stratejik pazarlama planı oluşturabilir.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Kesinlikle Katılmıyorum



Bu bulgular, öğrencilerin büyük çoğunluğunun stratejik pazarlama planı oluşturma yeterliliğine ilişkin olumlu bir algıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak küçük bir kısmının kararsız kalması, bazı öğrencilerin bu kazanımı tam olarak içselleştiremediğini veya yeterli uygulama fırsatı bulamadığını düşündürülebilir.

Öğrenme Çıktısı 4: Stratejik pazarlama planını etkin iletişim becerilerini kullanarak yönetebilir.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Kesinlikle Katılmıyorum



Bu sonuç, öğrencilerin büyük çoğunluğunun stratejik pazarlama planlarını yönetme sürecinde iletişim becerilerini etkin bir şekilde kullanma konusunda olumlu bir yeterlilik algısına sahip olduğunu göstermektedir. Kararsızlık oranının düşük olması, genel olarak kazanımın iyi düzeyde içselleştirildiğini desteklemektedir.

Öğrenme Çıktısı 5: Pazar bölümlendirmeyi doğru ve gerçekçi tasarlayabilir.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Kesinlikle Katılmıyorum



Bu sonuçlar, öğrencilerin büyük çoğunluğunun pazar bölümlendirme konusundaki bilgi ve becerilerini olumlu bulduğunu göstermektedir. Ancak, %20'lik "Katılmıyorum" oranı, öğrenim sürecinde bu alanda bazı öğrencilerin ek destek veya uygulama ihtiyacı duyabileceğine işaret etmektedir. Genel olarak, kazanımın başarılı bir şekilde gerçekleştirildiği ve ilerleyen süreçte hedeflenen becerilerin daha da pekiştirilebileceği söylenebilir.

3. İyileştirme Önerileri

Anket sonuçları doğrultusunda, Pazarlama Yönetimi dersinde öğrencilerin kazanımlarını güçlendirmek için uygulamalı eğitimlerin ve vaka çalışmalarının artırılması önemlidir. Grup çalışmaları ve sunum gibi etkinliklerle öğrenci katılımı desteklenmeli, ayrıca düzenli geri bildirim mekanizmaları kurulmalıdır. Ders içeriği, güncel sektör örnekleriyle zenginleştirilip periyodik olarak güncellenmeli; bireysel destek ve rehberlik imkanları ile özellikle kararsız veya olumsuz görüş bildiren öğrencilerin öğrenme süreçleri desteklenmelidir. Bu yaklaşımlar, öğrencilerin teorik bilgileri uygulamaya dönüştürme becerilerini artırarak dersin etkinliğini yükseltecektir.

Ders Kodu: KRY1201 – I. Sınıf

Ders Adı: Kariyer Planlama

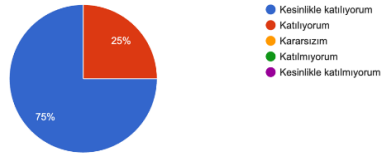
Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR

1. Genel Değerlendirme

Öğrenme Çıktısı 1:

Kendine yönelik farkındalık geliştirir ve bireysel ilgi, yetenek ve değerlerini analiz edebilir.
8 yanıt

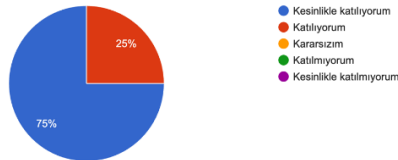


Yorum: Öğrencilerin büyük çoğunluğu bu öğrenme çıktısını kazandığını belirtmektedir. Hiçbir olumsuz görüş olmaması dikkat çekicidir.

Sonuç: Bireysel farkındalık ve analiz becerilerinin başarıyla kazandırıldığı anlaşılmaktadır. Süreç doğru kurgulanmış ve amaca ulaşılmıştır.

Öğrenme Çıktısı 2:

Mesleki hedeflerini belirleyebilir ve bu hedeflere ulaşmak için stratejik planlar oluşturabilir.
8 yanıt

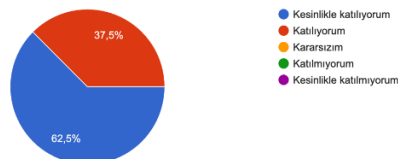


Yorum: Tüm katılımcılar olumlu yanıt vermiştir. Öğrencilerin hedef belirleme ve planlama becerilerine güvendikleri görülmektedir.

Sonuç: Stratejik planlama ve kariyer hedeflerine yönelik yetkinlik başarıyla kazandırılmıştır.

Öğrenme Çıktısı 3:

Kariyer planlamasında kullanılan dijital araçları (LinkedIn, kariyer portalları, e-öğrenme platformları) etkili bir şekilde kullanabilir.
8 yanıt

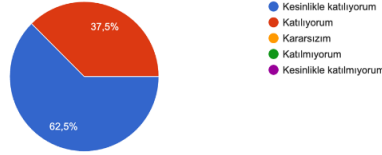


Yorum: Dijital araç kullanımına ilişkin yüksek bir memnuniyet mevcuttur. Tüm öğrenciler bu konuda yetkin olduklarını belirtmiştir.

Sonuç: Kariyer araçlarının etkili kullanımı konusunda eğitim hedefi başarıyla gerçekleştirilmiştir.

Öğrenme Çıktısı 4:

Meslek alanındaki yeni trendleri takip ederek sürekli eğitim ve sertifikasyon programlarına katılmanın önemini kavrar.
8 yanıt

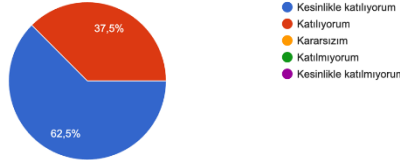


Yorum: Trend takibi ve sürekli öğrenmeye yönelik tutum oldukça olumludur. Öğrenciler bu konuda bilinçlidir.

Sonuç: Öğrenme çıktısı başarıyla sağlanmış; yeniliklere açık, gelişime önem veren bireyler yetiştirilmektedir.

Öğrenme Çıktısı 5:

Mesleki hayatında ekip çalışmasına uyumlu şekilde katılım sağlayabilir ve liderlik becerilerini geliştirebilir.
8 yanıt



Yorum: Öğrencilerin tamamı ekip çalışması ve liderlik konularında olumlu geri bildirim vermiştir. Bu, becerilerin etkili biçimde kazandırıldığını göstermektedir.

Sonuç: Ekip çalışması ve liderlik becerileri açısından eğitim çıktısı başarıyla gerçekleştirilmiştir.

Balıkesir Üniversitesi Balıkesir MYO 2024-2025 Eğitim Öğretim Bahar Yarıyılı Pazarlama Programı Kariyer Planlama dersi öğrenme çıktıları anketi sonuçlarına göre öğrencilerin büyük çoğunluğu, dersin hedeflediği bilgi ve becerileri kazandıklarını ifade etmiştir. Öğrencilerin %75'i hem bireysel farkındalık geliştirme hem de mesleki hedef belirleme konularında “kesinlikle katılıyorum” ifadesini tercih etmiş, kalan %25’lik kesim ise “katılıyorum” diyerek olumlu görüş bildirmiştir. Dijital araçların kullanımı, mesleki trendlerin takibi ve ekip çalışması gibi konularda da benzer şekilde %62,5 oranında “kesinlikle katılıyorum” ve %37,5 oranında “katılıyorum” yanıtları alınmıştır. Tüm öğrenme çıktılarında herhangi bir olumsuz ya da kararsız görüşe yer verilmemesi, dersin öğrenciler üzerinde etkili ve farkındalık artırıcı bir katkı sağladığını açıkça ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, dersin mevcut yapısının korunarak uygulamalı örneklerle daha da pekiştirilmesi önerilebilir. Öğrencilerin mesleki hedeflerini daha bilinçli belirleyebilmesi için, mezunlar veya sektör temsilcileri ile eşleşerek yürütülecek kısa süreli mentorluk programları kariyer farkındalığını artırabilir. “Sürekli eğitim ve sertifikasyonun önemi”

başlığı altında yüksek bir olumlu geri bildirim olsa da bu bilinç davranışa dönüşmelidir. Öğrencilere açık dijital sertifika kursları listelenebilir, hatta dönem içinde 1 adet sertifika almaları teşvik edilebilir.

2. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

Kariyer Planlama dersine ilişkin anket sonuçları öğrencilerin büyük çoğunluğunun olumlu görüş belirttiğini ortaya koymaktadır. Bu güçlü temel üzerine inşa edilebilecek bazı iyileştirme çalışmalarıyla dersin etkisi daha da artırılabilir. Öncelikle, öğrencilerin mesleki hedeflerini daha bilinçli ve gerçekçi belirlemelerine katkı sağlamak amacıyla sektör temsilcileri veya mezunlarla eşleştirilecek kısa süreli mentorluk programları uygulanabilir. Bu programlar dönem içerisinde planlanabilir ve bire bir ya da küçük gruplarla yürütülebilir.

Öğrencilerin dijital araçlara yönelik bilgi düzeylerinin davranışa dönüşmesini sağlamak için açık erişimli dijital sertifika kursları listelenebilir. Ayrıca dönem boyunca en az bir dijital sertifika tamamlamaları teşvik edilebilir. Bu tür uygulamalar öğrencilerin kariyer gelişiminde somut adımlar atmalarına yardımcı olabilir.

Ders içeriği korunmakla birlikte, uygulamalı örneklerle pekiştirme çalışmaları yapılabilir. Özellikle kariyer planlama sürecine yönelik bireysel kariyer haritası oluşturma, özgeçmiş hazırlama, mülakat provası gibi interaktif çalışmalar artırılabilir. Öğrenciler bu süreçlerde hem özgüven kazanabilir hem de doğrudan iş dünyasına hazırlanabilirler.

Ders Kodu: P AZ1221 – I. Sınıf

Ders Adı: İletişim

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Öğr. Gör. Nevin POLAT

1. Ders Öğrenme Çıktıları Bulguları

Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ)	5 N(%)	4 N(%)	3 N(%)	2 N(%)	1 N(%)	Ortalama	Medyan	Std. Sapma
DÖÇ-1	%64,7	%35,3	0	0	0	4,6	5	0,5
DÖÇ-2	%58,8	%41,2	0	0	0	4,5	5	0,6
DÖÇ-3	%70,6	%29,4	0	0	0	4,7	5	0,4
DÖÇ-4	%58,8	%41,2	0	0	0	4,5	5	0,6
DÖÇ-5	%58,8	%35,3	%5,9	0	0	4,4	5	0,7

2. Genel Değerlendirme

ÖÇ 1. “İletişim alanına ilişkin tanımları öğrenerek, temel ve modelleri tanımlar, söz konusu tanımları ve kavramları birbirleriyle ilişkilendirir, eğitim ve iş hayatı boyunca başvuracağı temel iletişim konularını öğrenir.”

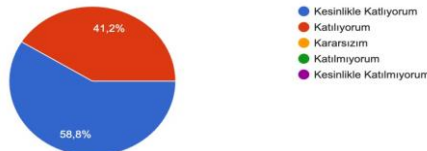
1. İletişim alanına ilişkin tanımları öğrenerek, temel ve modelleri tanımlar, söz konusu tanımları ve kavramları birbirleriyle ilişkilendirir, eğitim ve iş h...oyunca başvuracağı temel iletişim konularını öğrenir.
17 yanıt



Bu çıktı için %100 olumlu görüş bildirilmiş olup, öğrencilerin teorik kavramları anlama ve ilişkilendirme düzeyleri oldukça yüksektir. Dersin temel iletişim bilgilerini başarılı biçimde aktardığı görülmektedir.

ÖÇ 2. “İletişim türlerini (içsel/kişisel, kişilerarası, kurumsal ve kitle) ve becerilerini (sözel, yazılı, sözsüz) öğrenerek, iletişim disiplini ile ilişkili disiplinler arasındaki bağları gözlemler.”

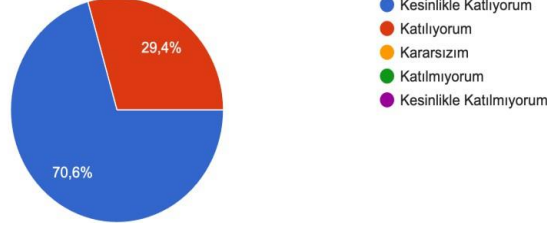
2. İletişim türlerini (içsel/kişisel, kişilerarası, kurumsal ve kitle) ve becerilerini (sözel, yazılı, sözsüz) öğrenerek, iletişim disiplini ile ilişkili disiplinler arasındaki bağları gözlemler.
17 yanıt



Kesinlikle Katlıyorum %58,8, Katlıyorum %41,2. Öğrencilerin tamamı bu kazanımı elde ettiğini ifade etmiştir. Bu da dersin farklı iletişim biçimlerine dair bilgi aktarımında etkili olduğunu göstermektedir.

ÖÇ.3: “İletişim sorunlarını tanımlar, analiz eder, çözümler, stratejik düşünme becerisini geliştirir ve fikirlerini bu çerçevede ifade edebilir.”

3. İletişim sorunlarını tanımlar, analiz eder, çözümler, stratejik düşünme becerisini geliştirir ve fikirlerini bu çerçevede ifade edebilir.
17 yanıt



ÖÇ 4. “İletişim alanına ilişkin öğrendiklerini iş ve sosyal ortamlarda etkin bir biçimde, etik ilkeler çerçevesinde ve gündemi takip ederek kullanıp yönetebilir.”

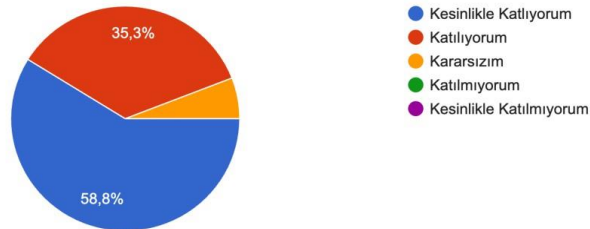
4. İletişim alanına ilişkin öğrendiklerini iş ve sosyal ortamlarda etkin bir biçimde, etik ilkeler çerçevesinde ve gündemi takip ederek kullanıp yönetebilir
17 yanıt



%58,8, Katlıyorum %41,2. Öğrenciler, teorik bilgileri pratik ortamlara aktarabilme konusunda kendilerini yeterli hissetmektedir. Dersin etik boyutlara da vurgu yaptığı anlaşılmaktadır.

ÖÇ 5. “Bağımlılık ile İletişimin ilişkisini, bağımlılıkla mücadelede ve bağımlılığın önlenmesinde iletişimin önemini kavrar.”

5. Bağımlılık ile iletişimin ilişkisini , bağımlılıkla mücadelede ve bağımlılığın önlenmesinde iletişimin önemini kavrar
17 yanıt



Genel olarak yüksek oranda olumlu görüş bildirilmiştir. Ancak %5,9 oranında kararsız yanıt bulunması, bazı öğrenciler için bu konunun daha fazla örneklendirme veya açıklamaya ihtiyaç duyduğunu göstermektedir

Anket ve sınav sonuçları birlikte değerlendirildiğinde:

- İletişim dersi kapsamında belirlenen öğrenme çıktılarının öğrenciler tarafından büyük ölçüde başarıyla kazanıldığını göstermektedir. Özellikle iletişim sorunlarını çözme ve stratejik düşünme konularında öğrencilerin kendine güveni yüksektir.
- Öğrencilerin **iletişim modelleri, tanımları ve uygulamalarını öğrenme düzeyi yüksek** (%100 olumlu yanıt).
- Stratejik düşünme ve sorun çözme becerisi en yüksek kazanım yüzdesine sahip (%70,6 kesinlikle katılıyorum).
- Bağımlılık ve iletişim ilişkisi konusunda ise **kararsız kalan küçük bir grup** bulunmakta (%5,9).

3. Sürekli İyileştirme

- **Bağımlılık ve iletişim ilişkisi** konusunun daha fazla örnek ve vaka çalışmasıyla desteklenmesi.
- **Uygulamalı çalışmaların artırılması:** Rol oynama, vaka analizi gibi etkinliklerle iletişim becerilerini pekiştirme.
- Ders dışında öğrencilerin destek alabileceği danışmanlık saatlerinin görünür kılınarak Kararsız kalan öğrencilerle bire bir değerlendirme yapılabilir veya ders içeriği gözden geçirilebilir.
- Sınav soruları ve ödevlerle öğrenme çıktıları büyük oranda örtüşmektedir, ölçme yöntemlerinin kapsayıcı olduğu görülmektedir. Ancak bazı temalarda (örneğin bağımlılık ve iletişim ilişkisi), daha fazla pekiştirme veya uygulama örneği faydalı olabilir.
- Sınav sorularının her öğrenme çıktısını **dengeli biçimde ölçtüğünün izlenmesi** ve gerekiyorsa soru dağılımında revizyon yapılması.

Ders Kodu: PAZ1223 – I. Sınıf

Ders Adı: Bilgisayar - II

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Öğr. Gör. Mert Sahil

1. Ders Öğrenme Çıktıları Bulguları

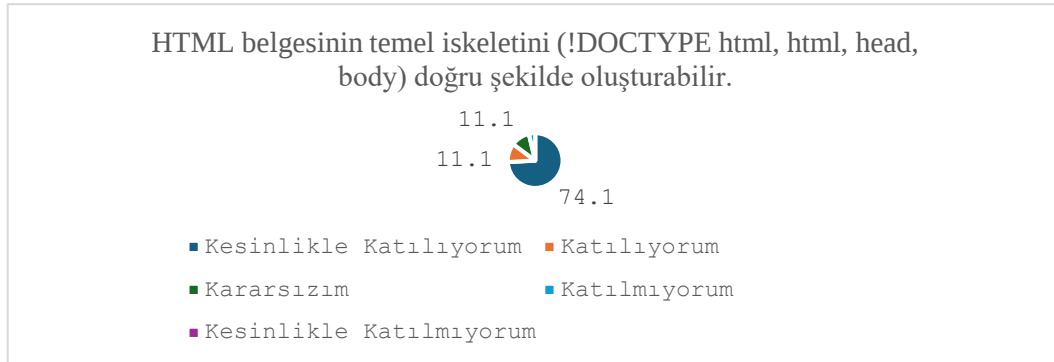
Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ)	5 N(%)	4 N(%)	3 N(%)	2 N(%)	1 N(%)	Ortalama	Medyan	Std. Sapma
DÖÇ-1	74,1	11,1	11,1	3,7	-	4,56	5	1,13
DÖÇ-2	70,4	14,8	11,1	3,7	-	4,52	5	1,14
DÖÇ-3	77,8	7,4	11,1	3,7	-	4,59	5	1,03
DÖÇ-4	74,1	11,1	11,1	3,7	-	4,56	5	1,13
DÖÇ-5	74,1	11,1	11,1	3,7	-	4,56	5	1,13

2. Genel Değerlendirme

Bu anket sonuçları, Bilgisayar – II dersinin öğrenme çıktılarının öğrenciler tarafından büyük ölçüde başarıyla kavrandığını göstermektedir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu öğrenme çıktılarıyla ilgili olumlu görüş bildirmiş, az bir kısmı kararsız ya da olumsuz yanıt vermiştir. Genel olarak anket, dersin HTML ve CSS kodlarını öğrenmeleri açısından öğrencilere fayda sağladığını ve beklentileri karşıladığını ortaya koymaktadır.

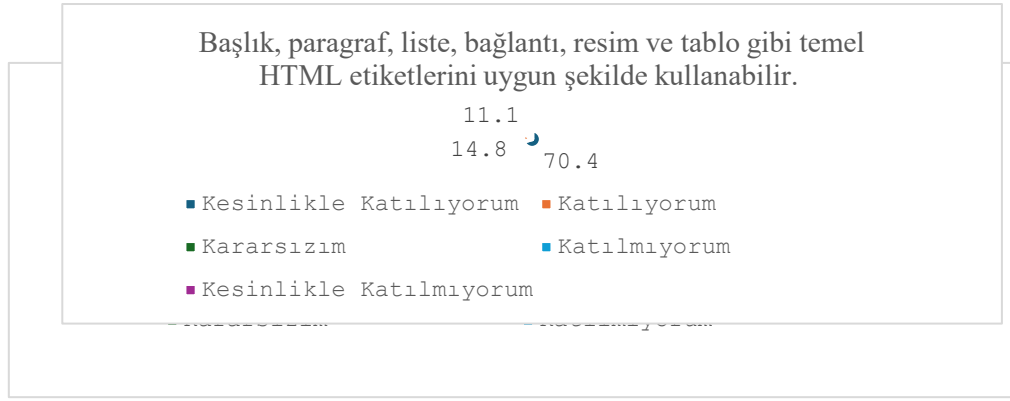
Bilgisayar – II dersinin öğrenme çıktıları ve gelen sonuçlar şu şekildedir:

ÖÇ.1: HTML belgesinin temel iskeletini (!DOCTYPE html, html, head, body) doğru şekilde oluşturabilir.



Öğrencilerin çoğunluğu temel HTML iskelet yapısını oluşturma konusunda kendilerini yeterli görmektedir; bu da temel kavramların başarıyla aktarıldığını göstermektedir.

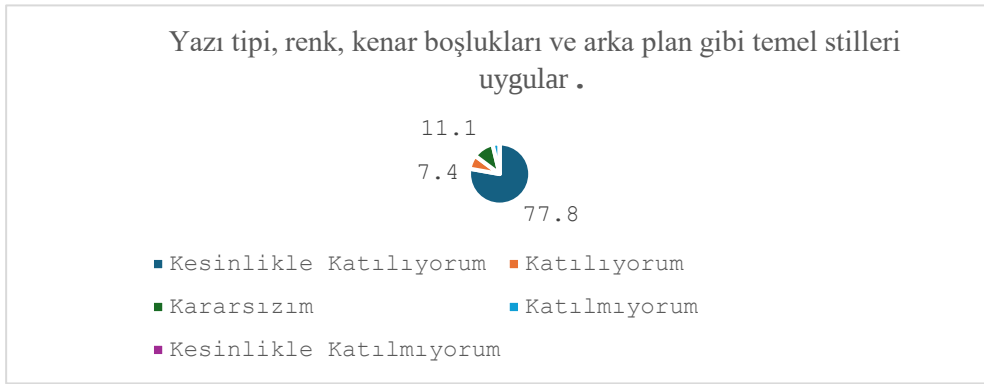
ÖÇ.2: Başlık, paragraf, liste, bağlantı, resim ve tablo gibi temel HTML etiketlerini uygun şekilde kullanabilir (h1, h2, p, ul, ol, a, img, table vb.).



Anket

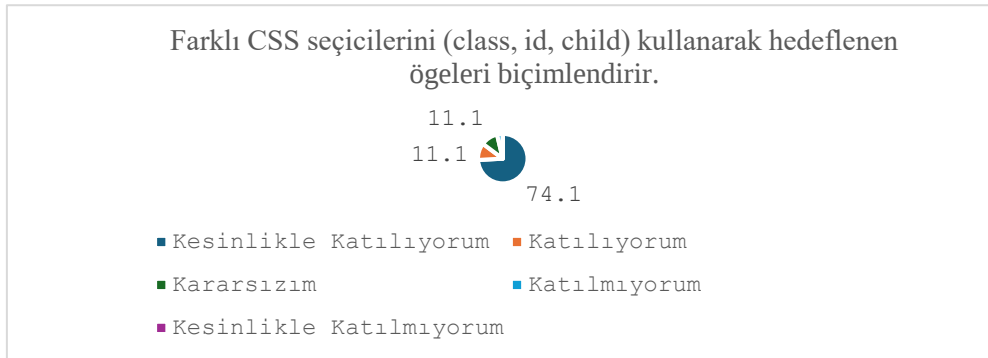
sonuçlarına göre öğrenciler, çeşitli HTML etiketlerini uygun şekilde kullanma becerisi kazanmışlardır; bu durum dersin uygulamalı yönünün etkili olduğunu göstermektedir.

ÖÇ.3: Yazı tipi, renk, kenar boşlukları ve arka plan gibi temel stilleri uygular.



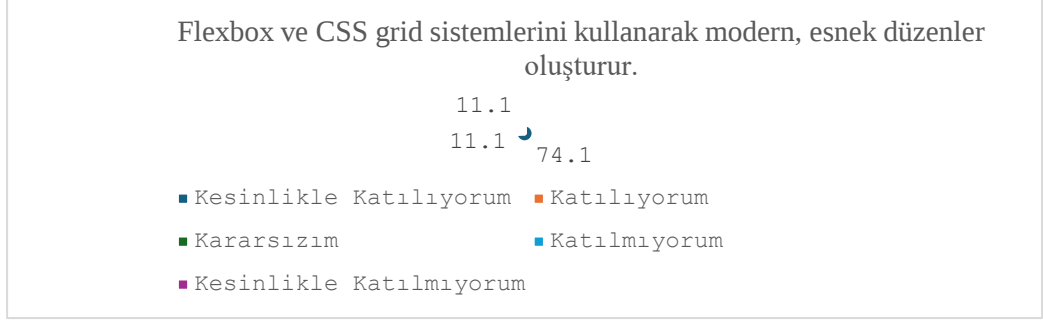
Katılımcıların önemli bir kısmı temel CSS stillerini uygulamada kendilerini yeterli hissetmekte, bu da görsel biçimlendirme konularının anlaşılır aktarıldığını ortaya koymaktadır.

ÖÇ.4: Farklı CSS seçicilerini (class, id, child) kullanarak hedeflenen öğeleri biçimlendirir.



CSS seçicilerine yönelik sorulara verilen yanıtlar, öğrencilerin class ve id gibi yapıları etkin biçimde kullanabildiğini ve hedeflenen stilleri uygulayabildiklerini göstermektedir.

ÖÇ.5: Flexbox ve CSS grid sistemlerini kullanarak modern, esnek düzenler oluşturur.



Flexbox ve Grid sistemleri konusunda öğrenciler genel olarak olumlu yanıtlar vermiştir; ancak bazı katılımcıların bu konularda daha fazla uygulamaya ihtiyaç duyduğu görülmektedir.

3. İyileştirme Önerileri

- Dersin uygulamalı içerikleri artırılarak öğrencilerin teorik bilgileri gerçek dünyaya uyarlama becerisi geliştirilebilir. Özellikle vaka çalışmaları, simülasyonlar ve proje tabanlı öğrenme yöntemleri, öğrenci katılımını ve öğrenme derinliğini artırarak bu kazanımların kalıcılığını güçlendirecektir.

Ders Kodu: PAZ1203 – I. Sınıf

Ders Adı: Pazarlama Mevzuatı

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Öğr. Gör. Dilek KARAMAN

1. Ders Öğrenme Çıktıları Bulguları

Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ)	OLUMLU	OLUMSUZ	KARARSIZ
DÖÇ-1	%100	0	0
DÖÇ-2	%90,9	0	%9,1
DÖÇ-3	%90,9	0	%9,1
DÖÇ-4	%100	0	0
DÖÇ-5	%100	0	0

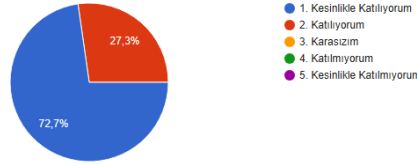
2. Genel Değerlendirme

DÖÇ-1: Pazarlama alanında gerekli hukuki bilgilere sahip olur.

1.Pazarlama alanında gerekli hukuki bilgilere sahip olabilir

[Grafik kopyala](#)

11 yanıt



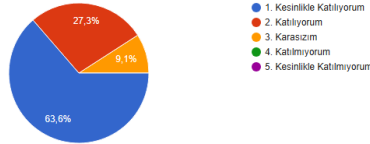
Bu sonuçlara göre öğrencilerin tümünün Pazarlama alanında gerekli hukuki bilgilere sahip olduğu görülmektedir.

DÖÇ-2: Pazarlama mevzuatının temel kavramlarını açıklayabilir.

2.Pazarlama mevzuatının temel kavramlarını açıklayabilir.

[Grafik kopyala](#)

11 yanıt

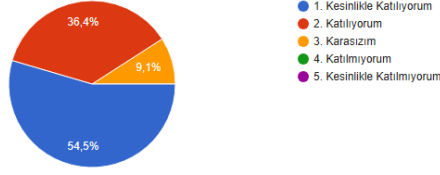


Bu sonuçlara göre öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun Pazarlama mevzuatını temel kavramlarını kavradığı bu konu ile ilgili gerekli açıklamaları yapabileceği görülmektedir. Çok az öğrencinin bu konu ile ilgili kararsız kaldığı gözlemlenmektedir.

DÖÇ-3: Pazarlama mesleğini etkin olarak yapmak için mesleki mevzuat bilgisini kullanabilir.

3.Pazarlama mesleğini etkin olarak yapmak için mesleki mevzuat bilgisini kullanabilir
11 yanıt

[Grafığı kopyala](#)

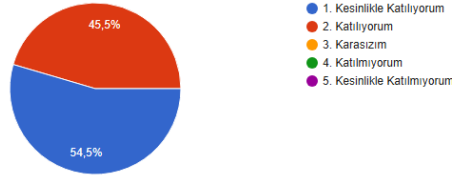


Bu grafiğe göre öğrencilerin büyük çoğunluğunun pazarlama mesleğini etkin olarak yapmak için gerekli mesleki mevzuat bilgisini kullanma becerisini kazanmış olduğu çok az öğrencinin bu konuda kararsız olduğu görülmektedir.

DÖÇ-4: Uluslararası pazarlamada ilgili mevzuat farklılıklarını açıklayabilir.

4.Uluslar arası pazarlamada ilgili mevzuat farklılıklarını açıklayabilir.
11 yanıt

[Grafığı kopyala](#)

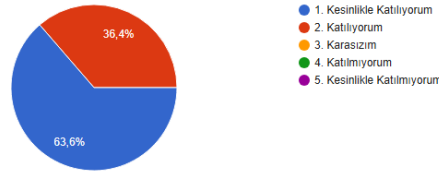


Bu verilere göre öğrencilerin tümünün uluslararası pazarlama ile ilgili mevzuat farklılıklarını açıklayabilme yeteneğini kazanmış olduğu gözlemlenmektedir.

DÖÇ-5: Pazarlama mevzuatını tüketici odaklı olarak açıklayabilir.

5.Pazarlama mevzuatını tüketici odaklı olarak açıklayabilir
11 yanıt

[Grafığı kopyala](#)



Genel Değerlendirme:

Bu verilere göre öğrencilerin tümünün pazarlama mevzuatını tüketici odaklı olarak açıklayabildiklerini ve derste öğrendiklerini günlük hayatta yaşantılarına aktara bilme yeteneğini kazandıkları gözlemlenmektedir.

İyileştirme Önerileri

Veriler, dersin öğrenme çıktılarının genel olarak tamamen başarıldığını göstermektedir. Bu, öğrencilerin tümünün bu çıktılara ulaştığını ve programın hedeflere etkili bir şekilde ulaştığını göstermektedir.

Ders Kodu: PAZ2229 – II. Sınıf

Ders Adı: Reklamda Yaratıcılık

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Can TOKMAK

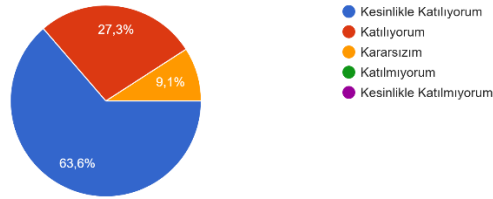
1. Ders Öğrenme Çıktıları Bulguları

Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ)	5 N(%)	4 N(%)	3 N(%)	2 N(%)	1 N(%)	Ortalama	Medyan	Std. Sapma
DÖÇ-1	63,6	27,3	9,1	-	-	4,55	5,00	0,69
DÖÇ-2	54,5	18,2	27,3	-	-	4,27	4,00	0,90
DÖÇ-3	63,6	18,2	18,2	-	-	4,45	5,00	0,82
DÖÇ-4	45,5	27,3	27,3	-	-	4,18	4,00	0,87
DÖÇ-5	81,8	9,1	9,1	-	-	4,73	5,00	0,65

2. Genel Değerlendirme

Öğrenme Çıktısı 1: Reklamdaki yaratıcı stratejileri algılayabilir ve hedef kitlelere yönelik çıkarımlar yapabilir,

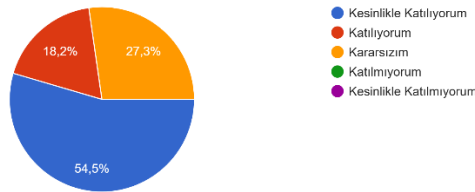
Reklamdaki yaratıcı stratejileri algılayabilir ve hedef kitlelere yönelik çıkarımlar yapabilir,
11 yanıt



Öğrenciler, reklamlarda kullanılan yaratıcı stratejileri analiz edebilmiş ve hedef kitleye yönelik değerlendirmeler yapabilecek düzeyde bilgi ve beceri kazanmıştır.

Öğrenme Çıktısı 2: Basılı reklam ortamları olan gazete, dergi ve açık hava reklamcılığının reklam metinlerini yazabilir,

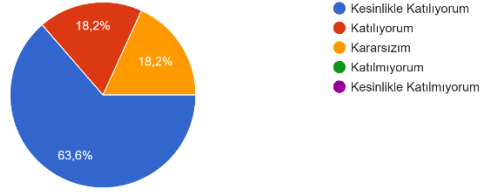
Basılı reklam ortamları olan gazete, dergi ve açık hava reklamcılığının reklam metinlerini yazabilir,
11 yanıt



Öğrenciler, basılı reklam mecralarına uygun reklam metni oluşturma konusunda yeterli düzeyde etkinlik kazanmış ve temel yazım ilkelerini başarıyla uygulamıştır.

Öğrenme Çıktısı 3: Yayın temelli reklam ortamları olan radyo, tv ve sinema için reklam metinleri oluşturabilir,

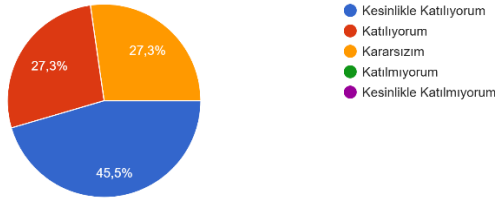
Yayın temelli reklam ortamları olan radyo, tv ve sinema için reklam metinleri oluşturabilir,
11 yanıt



Öğrenciler, farklı yayın mecralarının özelliklerini dikkate alarak reklam metni hazırlayabilmiş ve yaratıcı içerik geliştirme becerilerini ortaya koymuştur.

Öğrenme Çıktısı 4: Dijital ortamlarda ve sosyal medyada yayınlanan reklamların mantığını algılayabilir,

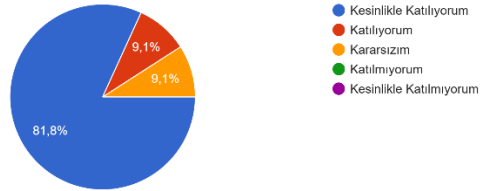
Dijital ortamlarda ve sosyal medyada yayınlanan reklamların mantığını algılayabilir,
11 yanıt



Öğrenciler, dijital reklamcılık ve sosyal medya uygulamalarının temel dinamiklerini kavramış, bu ortamlarda kullanılan reklam yaklaşımlarını değerlendirebilmiştir.

Öğrenme Çıktısı 5: Kurumsal ve küresel reklamcılık uygulamaları hakkında bilgi sahibi olur.

Kurumsal ve küresel reklamcılık uygulamaları hakkında bilgi sahibi olur.
11 yanıt



Öğrenciler, kurumsal ve küresel reklamcılık uygulamalarına ilişkin temel bilgi ve yaklaşımları yüksek düzeyde edinmiş, ders kazanımlarına büyük ölçüde ulaşmıştır.

3. Sürekli İyileştirme

Dersin öğrenme çıktılarında genel olarak yüksek başarı düzeyi elde edilmiştir. Özellikle reklam metni yazımına yönelik uygulamalı çalışmaların ve yaratıcı atölye etkinliklerinin artırılması, öğrencilerin üretim becerilerini daha da geliştirebilir.

Dijital reklamcılık alanındaki güncel uygulamalar, yapay zekâ destekli içerik üretimi ve gerçek marka briefleriyle yürütülecek proje çalışmalarına daha fazla yer verilmesi, öğrenme çıktılarının sürdürülebilir biçimde geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Ders Kodu: PAZ2217 – II. Sınıf

Ders Adı: Marka ve Marka Stratejileri

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Can TOKMAK

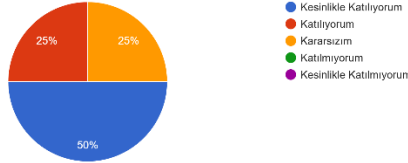
1. Ders Öğrenme Çıktıları Bulguları

Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ)	5 N(%)	4 N(%)	3 N(%)	2 N(%)	1 N(%)	Ortalama	Medyan	Std. Sapma
DÖÇ-1	50	25	25	-	-	4,25	4,50	0,87
DÖÇ-2	41,7	33,3	16,7	8,3	-	4,08	4,00	0,99
DÖÇ-3	33,3	58,3	8,3	-	-	4,25	4,00	0,62
DÖÇ-4	58,3	33,3	8,3	-	-	4,50	5,00	0,67
DÖÇ-5	66,7	16,7	16,7	-	-	4,50	5,00	0,80

2. Genel Değerlendirme

Öğrenme Çıktısı 1: Markanın özellikleri ve markalama stratejileri hakkında çıkarımlar yapabilir,

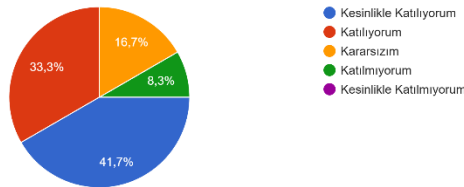
Markanın özellikleri ve markalama stratejileri hakkında çıkarımlar yapabilir,
12 yanıt



Öğrenciler, markanın temel özellikleri ve markalama stratejileri hakkında değerlendirme yapabilecek düzeyde bilgi edinmiş, stratejik bakış açısı geliştirmiştir.

Öğrenme Çıktısı 2: Marka kimliği, marka kişiliği, marka imajı, marka tercihi ve marka farkındalığı oluşturma süreçlerini anlamlandırabilir,

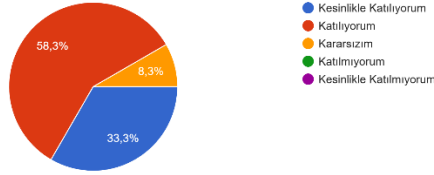
Marka kimliği, marka kişiliği, marka imajı, marka tercihi ve marka farkındalığı oluşturma süreçlerini anlamlandırabilir,
12 yanıt



Öğrenciler, marka yönetiminin temel kavramlarını ve bu kavramlar arasındaki ilişkiyi büyük ölçüde kavrayarak marka oluşturma süreçlerine yönelik yeterlilik kazanmıştır.

Öğrenme Çıktısı 3: Marka çağrışımları, marka sadakati, marka değeri gibi kavramların önemini kavrar,

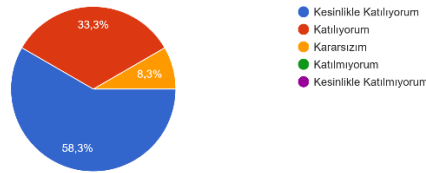
Marka çağrışımları, marka sadakati, marka değeri gibi kavramların önemini kavrar,
12 yanıt



Öğrenciler, marka değerini oluşturan temel unsurları başarılı bir şekilde öğrenmiş ve bu kavramların işletmeler açısından önemini kavramıştır.

Öğrenme Çıktısı 4: Markalama sürecini anlayabilir ve marka konumlandırma hakkında çıkarımlarda bulunabilir,

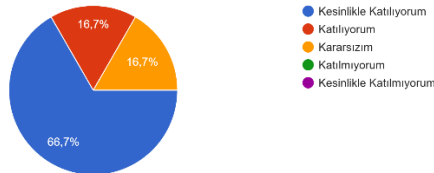
Markalama sürecini anlayabilir ve marka konumlandırma hakkında çıkarımlarda bulunabilir,
12 yanıt



Öğrenciler, markalama sürecini ve marka konumlandırma stratejilerini yüksek düzeyde kavrayarak bu konularda analiz yapabilecek yeterliliğe ulaşmıştır.

Öğrenme Çıktısı 5: Hizmet markalama ve global marka yönetimi süreçlerine hakim olur.

Hizmet markalama ve global marka yönetimi süreçlerine hakim olur.
12 yanıt



Öğrenciler, hizmet markalama ve küresel marka yönetimine ilişkin temel yaklaşımları başarılı bir şekilde öğrenmiş ve dersin hedeflenen kazanımlarına büyük ölçüde ulaşmıştır.

3. Sürekli İyileştirme

Ders kapsamında yürütülen marka oluşturma ve konumlandırma çalışmalarının gerçek marka örnekleri ve vaka analizleriyle desteklenmesi, öğrencilerin teorik bilgileri uygulamaya aktarma becerilerini daha da geliştirebilir.

Hizmet markalaması, küresel marka yönetimi ve dijital marka stratejilerine yönelik proje tabanlı uygulamaların artırılması, öğrenme çıktılarındaki yüksek başarı düzeyinin korunmasına ve sürekli iyileştirme sürecine katkı sağlayacaktır.

Ders Kodu: PAZ2224 – II. Sınıf

Ders Adı: Pazarlama Uygulamaları

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Öğr. Gör. Nevin POLAT

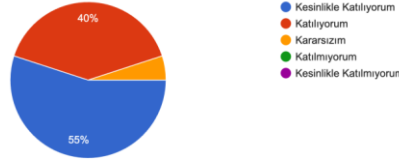
1. Ders Öğrenme Çıktıları Bulguları

Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ)	5 N(%)	4 N(%)	3 N(%)	2 N(%)	1 N(%)	Ortalama	Medyan	Std. Sapma
DÖÇ-1	55	40	5	-	-	4,50	5	0,57
DÖÇ-2	50	45	5	-	-	4,45	5	0,57
DÖÇ-3	45	45	5	-	-	4,40	4	0,60
DÖÇ-4	50	40	10	-	-	4,40	5	0,65
DÖÇ-5	50	40	10	-	-	4,40	5	0,65

2. Genel Değerlendirme

Öğrenme Çıktısı 1: Pazarlama Stratejilerini Analiz Edebilme – Öğrenciler, örnek olayları inceleyerek farklı pazarlama stratejilerini analiz edebilir ve işletmelerin pazarda konumlanma süreçlerini değerlendirebilir.

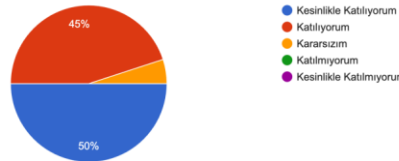
1. Pazarlama Stratejilerini Analiz Edebilme – Öğrenciler, örnek olayları inceleyerek farklı pazarlama stratejilerini analiz edebilir ve işletmelerin pazarda konumlanma süreçlerini değerlendirebilir.
20 yanıt



Öğrenciler, pazarlama stratejilerini analiz etme konusunda yüksek bir yetkinlik sergilemiştir. Anket sonuçları, ders kapsamında yapılan vaka analizlerinin etkili olduğunu göstermektedir.

Öğrenme Çıktısı 2: Rekabet Analizi Yapabilme Yetkinliği – Öğrenciler, sektör ve rakip analizleri yaparak bir işletmenin güçlü ve zayıf yönlerini belirleyebilir, rekabet avantajı sağlamak için öneriler geliştirebilir.

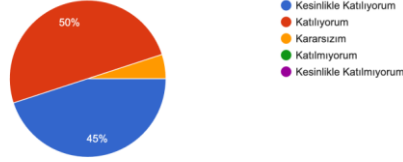
2. Rekabet Analizi Yapabilme Yetkinliği – Öğrenciler, sektör ve rakip analizleri yaparak bir işletmenin güçlü ve zayıf yönlerini belirleyebilir, rekabet avantajı sağlamak için öneriler geliştirebilir.
20 yanıt



Sektör ve rakip analizi konusundaki sorulara verilen yüksek puanlar, öğrencilerin bu beceriyi ders boyunca etkin biçimde kazandığını ortaya koymaktadır.

Öğrenme Çıktısı 3: Ürün ve Hizmet Geliştirme-Takım Çalışması-Liderlik ve Karar Alma Becerisi – Öğrenciler, stratejik kararlar alabilir ve uygun pazarlama çözümleri önerebilir.

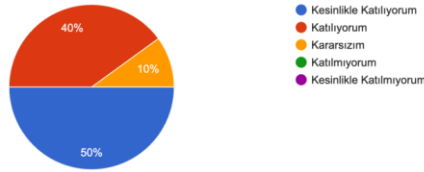
3. Ürün ve Hizmet Geliştirme-Takım Çalışması-Liderlik ve Karar Alma Becerisi – Öğrenciler, stratejik kararlar alabilir ve uygun pazarlama çözümleri önerebilir.
20 yanıt



Öğrencilerin grup çalışmaları ve proje bazlı etkinlikler aracılığıyla karar alma süreçlerinde aktif rol aldıkları gözlemlenmiştir. Bu çıktı da yüksek oranda karşılanmıştır.

Öğrenme Çıktısı 4: Yenilikçi Pazarlama Çözümleri Geliştirebilme – Öğrenciler, yaratıcı ve yenilikçi pazarlama stratejileri geliştirme konusunda yetkinlik kazanır.

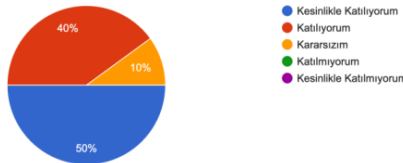
4. Yenilikçi Pazarlama Çözümleri Geliştirebilme – Öğrenciler, yaratıcı ve yenilikçi pazarlama stratejileri geliştirme konusunda yetkinlik kazanır.
20 yanıt



Yaratıcılığı teşvik eden uygulamaların etkili olduğu ve öğrencilerin özgün pazarlama fikirleri geliştirme konusunda yetkinleştiği anlaşılmaktadır.

Öğrenme Çıktısı 5: Eleştirel Düşünme ve Problem Çözme Yetkinliği – Öğrenciler, pazarlama problemlerini tespit ederek çözüm odaklı düşünebilir ve alternatif stratejiler geliştirebilir.

4. Yenilikçi Pazarlama Çözümleri Geliştirebilme – Öğrenciler, yaratıcı ve yenilikçi pazarlama stratejileri geliştirme konusunda yetkinlik kazanır.
20 yanıt



Anket sonuçları, öğrencilerin pazarlama problemlerine yönelik analitik düşünme becerilerini geliştirdiklerini ve alternatif çözümler üretebildiklerini göstermektedir.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

Daha fazla vaka analizi, pazar simülasyonları ve rol oynama etkinlikleri eklenmeli. Kararsız kalan öğrenciler için destekleyici çalışmalar düzenlenebilir. Yenilikçi pazarlama çözümlerinin somutlaştırılacağı (proje/poster sunumu gibi) etkinliklerle öğrenme pekiştirilmeli. Öğrencilerin bireysel katılım düzeyleri takip edilerek kişiselleştirilmiş geri bildirim sağlanabilir.

Ders Kodu: PAZ2216 – II. Sınıf

Ders Adı: Satış Yönetimi

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Öğr. Gör. Nevin POLAT

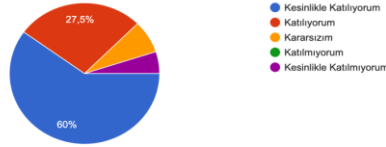
1. Ders Öğrenme Çıktıları Bulguları

Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ)	5 N(%)	4 N(%)	3 N(%)	2 N(%)	1 N(%)	Ortalama	Medyan	Std. Sapma
DÖÇ-1	60	27,5	7,5	-	5	4,38	5	0,60
DÖÇ-2	55	37,5	-	2,5	5	4,35	5	0,62
DÖÇ-3	55	37,5	2,5	-	5	4,38	5	0,61
DÖÇ-4	55	35	5	-	5	4,35	5	0,63
DÖÇ-5	52,5	35	5	2,5	5	4,28	5	0,65

2. Genel Değerlendirme

Öğrenme Çıktısı 1: Öğrenci satış yönetiminin temel kavram, ilke ve süreçlerini teorik ve uygulamalı olarak açıklayabilir.

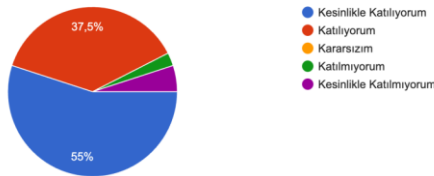
1. Öğrenci satış yönetiminin temel kavram, ilke ve süreçlerini teorik ve uygulamalı olarak açıklayabilir.
40 yanıt



Öğrenciler, satış yönetiminin temel kavramlarını hem teorik hem de uygulamalı açıdan iyi kavradıklarını belirtmiştir.

Öğrenme Çıktısı 2: Takım oyuncusu olmanın, liderliğin, güçlü iletişimin, sorun çözmenin, çatışma yönetiminin, yapılan işeri raporlamanın önemini kavrar.

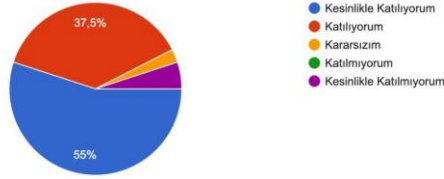
2. Takım oyuncusu olmanın, liderliğin, güçlü iletişimin, sorun çözmenin, çatışma yönetiminin, yapılan işeri raporlamanın önemini kavrar.
40 yanıt



Anket sonuçları, öğrencilerin liderlik ve iletişim becerilerinin gelişimine olumlu baktığını göstermektedir.

Öğrenme Çıktısı 3: Öğrenci etkili satış stratejileri geliştirme ve uygulama becerilerini kazanır.

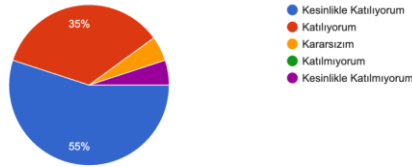
3.Öğrenci etkili satış stratejileri geliştirme ve uygulama becerilerini kazanır.
40 yanıt



Öğrenciler, satış stratejileri oluşturma ve uygulama konusunda kendilerini yeterli görmektedir.

Öğrenme Çıktısı 4: Satış tahmin yöntemlerini anlar, satış kotalarının belirlenmesinde ve eylem planların yapılmasında nasıl kullanıldığını öğrenir.

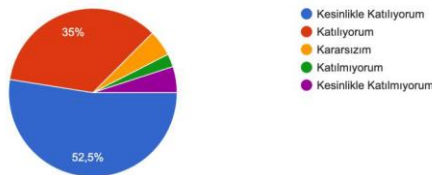
4.Satış tahmin yöntemlerini anlar, satış kotalarının belirlenmesinde ve eylem planların yapılmasında nasıl kullanıldığını öğrenir.
40 yanıt



Satış tahmini ve planlama süreçleri hakkında edinilen bilgilerin öğrencilerce anlaşıldığı gözlemlenmiştir.

Öğrenme Çıktısı 5: Birim/bölge satış örgüt yapısını oluşturma, satışçı seçme, eğitime, motive etmeyi anlar.

5.Birim/bölge satış örgüt yapısını oluşturma, satışçı seçme, eğitime, motive etmeyi anlar.
40 yanıt



Öğrenciler, satış örgüt yapısı ve satış ekibini yönetme konularında önemli farkındalık kazanmıştır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

Öğrencilerin ders içi ve sonrasında satış stratejileri geliştirme süreçlerine dair geri bildirim vermeleri sağlanarak dersin etkinliği sürekli izlenebilir.

Satış yönetiminde yeni trendler, teknolojik araçlar ve sektörel yenilikler müfredata düzenli olarak eklenerek ders içeriği güncel tutulabilir.

Ders Kodu: PAZ2233 – II. Sınıf

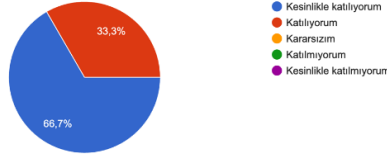
Ders Adı: Pazarlama Araştırması

Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR

1. Genel Değerlendirme

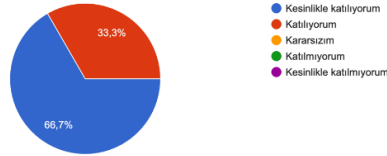
Pazarlama araştırmalarının amacı ve kapsamı hakkında bilgi sahibi olur.
3 yanıt



Yorum: Öğrencilerin tamamı (%100), pazarlama araştırmalarının amacı ve kapsamı hakkında bilgi sahibi olduğunu belirtmektedir. %66,7'si “Kesinlikle katılıyorum” yanıtını verirken, %33,3'ü “Katılıyorum” demiştir. Hiçbir öğrenci kararsız ya da olumsuz bir görüş bildirmemiştir. Bu öğrenme çıktısının başarılı bir şekilde kazandırıldığı ve ders içeriğinin bu yöndeki bilgi kazanımını etkili biçimde sağladığı sonucuna varılabilir.

Öğrenme Çıktısı 2:

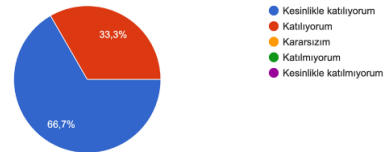
Pazarlama araştırmasının aşamalarını (problem tanımlama, veri toplama, analiz, raporlama) planlama ve uygulama becerisine sahip olur.
3 yanıt



Yorum: Öğrencilerin tamamı bu beceriyi kazandığını belirtmiştir. Yüksek oranda “Kesinlikle katılıyorum” (%66,7) yanıtı, öğrencilerin araştırma sürecinin tüm adımlarını öğrenmiş ve uygulayabilmiş olduklarını göstermektedir. Ders kapsamında pazarlama araştırmasının tüm aşamalarının etkili biçimde öğretildiği ve öğrenciler tarafından içselleştirildiği söylenebilir. Kazanım hedefi başarıyla gerçekleştirilmiştir.

Öğrenme Çıktısı 3:

Nitel ve nicel veri toplama yöntemleri arasındaki farkları ayırt etme ve uygun yöntemi seçerek uygulama konusunda bilgi ve beceri sahibi olur.
3 yanıt

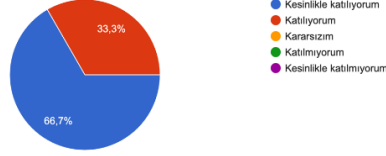


Yorum: Tüm öğrenciler bu konudaki bilgi ve becerilerini olumlu değerlendirmiştir. Özellikle %66,7'si bu konuda çok güçlü bir özgüvene sahiptir. Bu, yöntemler arası farkların açık şekilde anlatıldığını

göstermektedir. Öğrenciler, araştırmalarda hangi veri toplama yönteminin ne zaman kullanılacağını ayırt edebilecek düzeye ulaşmıştır. Öğrenme çıktısı yüksek başarı ile sağlanmıştır.

Öğrenme Çıktısı 4:

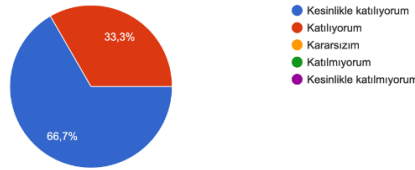
Pazarlama araştırması sonuçlarını raporlama ve profesyonel bir sunumla paylaşma konusunda bilgi sahibi olur.
3 yanıt



Yorum: Anket yanıtlarına göre tüm öğrenciler, raporlama ve sunum becerilerini yeterli bulmaktadır. Bu durum, uygulamalı çalışmaların etkili olduğunu ve sunum pratiği yapıldığını göstermektedir. Bu öğrenme çıktısında da hedeflenen bilgi ve beceri kazanımı eksiksiz olarak sağlanmıştır. Öğrenciler araştırma sonuçlarını etkili biçimde ifade edebilmektedir.

Öğrenme Çıktısı 5:

Pazarlama araştırmalarından elde edilen bilgileri kullanarak işletme ve pazarlama kararlarına katkıda bulunma bilgi ve becerisine sahip olur.
3 yanıt



Yorum: Bu öğrenme çıktısında da öğrencilerin tamamı olumlu görüş bildirmiştir. Yüksek “Kesinlikle katılıyorum” oranı, öğrencilerin edindikleri bilgileri gerçek hayattaki karar süreçlerinde kullanabileceklerine olan güvenlerini göstermektedir. Anket verilerine göre, öğrenciler pazarlama araştırmalarını iş kararlarına entegre edebilme konusunda yetkin hale gelmiştir.

Bu sonuçlar, dersin temel kavramsal bilgileri (araştırma amacı, kapsamı, aşamaları) başarılı bir şekilde aktardığını, öğrencilerin de bu bilgileri benimsediğini göstermektedir. Öğrenciler ayrıca, nitel ve nicel veri toplama yöntemleri, araştırma sonuçlarını raporlama ve sunma becerileri, pazarlama kararlarında araştırma verilerini kullanma gibi uygulamalı alanlarda da yeterlilik kazandıklarını belirtmiştir.

Bu güçlü katılım oranları, dersin hem teorik hem uygulamalı yönlerinin dengeli işlendiğini ortaya koymaktadır. Ancak katılımcı sayısının azlığı dikkate alındığında, daha geniş örnekleme tekrar değerlendirme yapılması, daha genel geçer sonuçlara ulaşılmasını sağlayabilir. Ayrıca öğrencilerin pratikte daha fazla deneyim kazanmasını teşvik edecek saha uygulamaları, mini araştırma projeleri ve vaka analizleri gibi etkinliklerle dersin zenginleştirilmesi önerilir.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

Uygulamalı atölye çalışmalarıyla öğrencilere anket tasarımı, uygulaması ve SPSS/Excel gibi programlarla veri analizi yapılabilir. Yerel işletmelerle iş birliği yapılarak saha çalışmaları düzenlenebilir. Bu uygulamalar, öğrencilerin veri toplama ve yorumlama süreçlerini doğrudan deneyimlemelerini sağlayabilir. Gerçek hayatta karşılaşılan pazarlama problemleri üzerine vaka analizleri yapılabilir. Bu sayede öğrencilerin analiz ve karar verme becerileri geliştirilebilir.

Ders Kodu: PAZ2228 – II. Sınıf

Ders Adı: Güncel Pazarlama Teknikleri

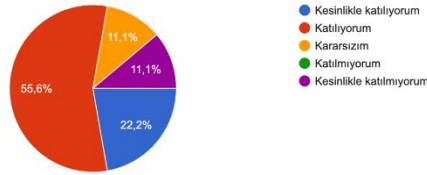
Ders Dönemi: 2025-2026 Bahar

Dersin Öğretim Üye/Elemanları: Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR

1. Genel Değerlendirme

Öğrenme Çıktısı 1:

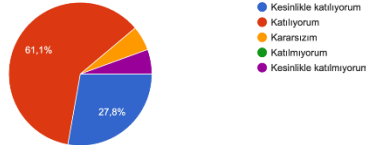
Modern pazarlama teknikleri, trendleri ve yaklaşımları hakkında bilgi sahibi olur.
9 yanıt



Yorum: Öğrencilerin %77,8'i bu çıktıyı kazandığını belirtmiştir. %11,1'lik "Kararsızım" ve %11,1'lik "Kesinlikle Katılmıyorum" oranı, bu kazanımın bazı öğrenciler için yeterince açık ve anlaşılır olmadığını düşündürmektedir. Kazanım genel olarak edinilmiş olsa da, öğrencilerin modern pazarlama yaklaşımlarını daha iyi özümseyebilmeleri için daha fazla vaka analizi ve güncel örneklerle desteklenmesi önerilmektedir.

Öğrenme Çıktısı 2:

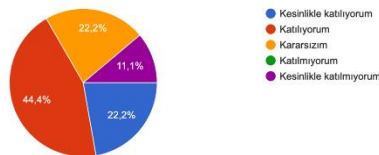
Sosyal medya, arama motoru pazarlaması (SEM/SEO), e-posta pazarlaması ve içerik pazarlaması gibi dijital araç ve kanalları etkili bir şekilde kullanabilir.
18 yanıt



Yorum: Öğrencilerin büyük çoğunluğu (%88,9) dijital pazarlama araçlarını etkin şekilde kullanabildiğini ifade etmiştir. "Katılmıyorum" oranı bulunmamakla birlikte %5,6'lık bir kesimin kararsız ya da olumsuz görüş bildirdiği görülmektedir. Bu durum genel olarak olumlu bir kazanım elde edildiğini göstermektedir. Dijital pazarlama araçlarının kullanımına yönelik kazanımların büyük oranda gerçekleştiği görülmektedir. Kararsız veya olumsuz görüş bildiren azınlık için ek uygulamalar, vaka analizleri veya dijital platform simülasyonları ile bu becerilerin pekiştirilmesi önerilebilir.

Öğrenme Çıktısı 3:

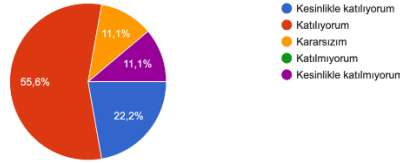
Müşteri odaklı pazarlama stratejileri tasarlayarak kişiselleştirme tekniklerini uygulayabilir.
9 yanıt



Yorum: Bu çıktıya yönelik olumlu yanıt oranı %66,6'da kalmıştır. Kararsız ve olumsuz yanıtlar (%33,3) dikkate alındığında, öğrencilerin strateji geliştirme ve kişiselleştirme uygulamalarında daha fazla pratik yapmaya ihtiyaç duyduğu söylenebilir. Bu kazanımın pekişmesi için müşteri segmentasyonu, hedefleme ve kişiselleştirme konularında simülasyonlar ve örnek proje çalışmalarıyla desteklenmesi önerilir.

Öğrenme Çıktısı 4:

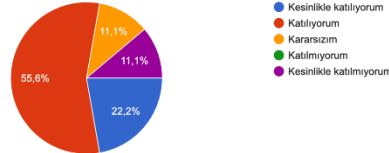
Güncel pazarlama tekniklerini uygularken etik ve yasal sorumluluklara uygun hareket edebilir.
9 yanıt



Yorum: Katılımcıların %77,8'i etik ve yasal sorumluluklar konusunda yeterli farkındalığa sahip olduğunu belirtmiştir. Ancak %11,1 oranındaki kararsız ve olumsuz yanıtlar, bu konunun daha derinlemesine ele alınması gerektiğine işaret etmektedir. Etik karar verme süreçleri ve örnek olay analizleriyle bu kazanım daha güçlü bir şekilde yerleştirilebilir. Etik kodların pratikteki karşılığı daha belirgin hale getirilmelidir.

Öğrenme Çıktısı 5:

Pazarlama alanındaki hızlı değişimlere uyum sağlamak için trendleri takip edebilir ve yenilikçi çözümler geliştirebilir.
9 yanıt



Yorum: Öğrencilerin %77,8'i bu çıktıyı kazandığını belirtmiştir. Ancak kararsız ve olumsuz yanıtlar toplamda %22,2'dir. Bu da öğrencilerin değişim ve yenilik konusunda uygulama ağırlıklı içeriklerle desteklenmeye ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Yenilikçilik ve trend takibi becerilerinin gelişmesi için öğrencilerle güncel örneklerin tartışılması ve dijital platformlarda uygulamalı içerik üretmeleri teşvik edilmelidir.

Ankete katılan öğrenci yanıtları, modern pazarlama tekniklerine yönelik genel bir farkındalığın olduğunu ancak bu farkındalığın bazı alanlarda yeterince derinleşmediğini göstermektedir. Tüm öğrenme çıktılarında çoğunluk “Katılıyorum” seçeneğini işaretlemiş (%44,4 ila %55,6 arasında), “Kesinlikle katılıyorum” oranı %22,2’de kalmıştır. Bununla birlikte her bir soruda %11,1 oranında “Kararsızım” ve “Kesinlikle katılmıyorum” gibi olumsuz ya da nötr yanıtların yer alması dikkat çekicidir. Özellikle müşteri odaklı strateji tasarımı, etik ve yasal sorumluluklara uygun hareket etme, trendlere dayalı çözüm üretme gibi beceri gerektiren çıktılarda katılım seviyesi daha düşük gözlemlenmiştir.

Bu veriler doğrultusunda, dersin teorik bilgilerin ötesine geçerek daha fazla örnek olay incelemesi, güncel kampanya analizleri ve simülasyon çalışmaları ile desteklenmesi önerilir. Ayrıca öğrenci

katılımını ve öğrenme derinliğini artırmak için proje temelli ödevler, güncel vaka tartışmaları ve grup çalışmaları teşvik edilebilir. Geliştirici geri bildirimler verilerek öğrenciye özel gelişim alanları tespit edilip bireysel destek sağlanabilir. Bu iyileştirmelerle öğrencilerin modern pazarlama dünyasında hem bilgi düzeylerini artırmaları hem de stratejik düşünebilme yetkinliklerini geliştirmeleri hedeflenebilir.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

Ders kapsamında öğrencilerin modern pazarlama tekniklerine yönelik farkındalıklarını derinleştirmek amacıyla çeşitli iyileştirme çalışmaları yapılabilir. Öncelikle, öğrencilerin müşteri odaklı strateji geliştirme, etik sorumlulukları anlama ve trend analizine dayalı çözüm üretme gibi alanlarda yeterlilik kazanmalarını sağlamak için daha fazla uygulamalı örnek olay çalışması ders içeriğine eklenebilir. Bu kapsamda güncel pazarlama kampanyaları analiz edilebilir, sektörel başarı ve başarısızlık örnekleri tartışılabilir. Öğrencilerin düşünme ve karar verme becerilerini geliştirmek için interaktif simülasyonlar ve rol oynama yöntemleri uygulanabilir. Dersin dijital içeriklerle desteklenmesi de bir başka iyileştirme alanı olabilir; örneğin kısa video analizleri, podcast yorumlamaları veya dijital kampanya çözümleri gibi farklı medya araçları kullanılabilir.