

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

2025-2026
AKREDİTASYON ANKETLERİ DEĞERLENDİRME
SONUÇLARI

HAZIRLAYAN
Reklamcılık Bölümü Akreditasyon Komisyonu

Konya, 2026

İÇİNDEKİLER

Normal Öğretim Öğrenci Memnuniyet Anketi Analiz Raporu	2
İkinci Öğretim Öğrenci Memnuniyet Anketi Analiz Raporu	6
Öğrenci Memnuniyet Ve Bireysel Öneri Analiz Raporu.....	10
Yeni Öğrenci Anketi Analiz Raporu.....	17
Mezun Anketi Analiz Raporu	24

NORMAL ÖĞRETİM ÖĞRENCİ MEMNUNİYET ANKETİ ANALİZ RAPORU

1. Giriş

Bu rapor, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü öğrencilerinin üniversite tarafından sunulan akademik, idari, sosyal ve fiziki hizmetlere ilişkin memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla uygulanan Öğrenci Memnuniyet Anketi sonuçlarına dayalı olarak hazırlanmıştır. Anket kapsamında öğrencilerin kurumsal aidiyet, yönetim süreçleri, eğitim-öğretim faaliyetleri, fiziksel ve teknolojik altyapı, kariyer hizmetleri, uluslararasılaşma olanakları ve öğrenci destek hizmetlerine ilişkin görüşleri değerlendirilmiştir.

Ankete toplam 68 öğrenci katılmıştır. Elde edilen veriler bölümün güçlü yönlerinin belirlenmesi, geliştirmeye açık alanların tespit edilmesi ve kalite güvencesi kapsamında yürütülen sürekli iyileştirme çalışmalarına katkı sağlanması amacıyla analiz edilmiştir. Anket sonuçlarına ilişkin ayrıntılı tablo ve grafikler Ek-1'de sunulmuştur.

2. Kurumsal Aidiyet, Yönetim ve İletişim Süreçlerine İlişkin Değerlendirmeler

Anket sonuçları öğrencilerin üniversiteye yönelik kurumsal algılarının genel olarak olumlu olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin %69,1'i üniversite yöneticilerinin öğrencilerle olan iletişimlerini yeterli bulurken, %72,1'i üniversitenin diğer üniversiteler arasındaki konumundan memnun olduğunu belirtmiştir. Ayrıca öğrencilerin %69,1'i üniversitenin Türkiye'deki gelişmelere öncülük eden kurumlar arasında yer aldığını, %64,7'si ise bulunduğu bölgede stratejik öneme sahip olduğunu düşünmektedir. Bu sonuçlar öğrencilerin üniversitenin kurumsal kimliğine ve itibarına yönelik olumlu bir bakış açısına sahip olduğunu göstermektedir.

Kurumsal iletişim araçlarına ilişkin değerlendirmeler de genel olarak olumludur. Öğrencilerin %67,6'sı üniversite web sayfasını, %70,6'sı sosyal medya hesaplarını ve %64,7'si bilgi yönetim sistemlerini yeterli bulduğunu ifade etmiştir. Bu durum, öğrencilerin bilgiye erişim konusunda üniversitenin sunduğu dijital iletişim kanallarından genel olarak memnun olduğunu göstermektedir.

Bununla birlikte öğrencilerin yaklaşık üçte birinin iyileştirme çalışmaları ve geri bildirim mekanizmalarına ilişkin kararsız görüş bildirmesi dikkat çekmektedir. Özellikle öğrenci görüş ve önerilerinin yönetime iletilmesinin ilişkin soruda kararsızlık oranının %33,8 olması, bu süreçlerin görünürlüğünün ve öğrenci farkındalığının artırılmasının faydalı olabileceğine işaret etmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin kurumsal aidiyet, yönetim ve iletişim süreçlerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir.

3. Eğitim-Öğretim Süreçlerine İlişkin Değerlendirmeler

Anket sonuçları öğrencilerin eğitim-öğretim süreçlerinden genel olarak memnun olduklarını göstermektedir. Öğrencilerin %76,5'i üniversitedeki eğitim ve öğretim hizmet kalitesini olumlu değerlendirirken, %80,9'u öğrenim gördüğü programdan memnun olduğunu belirtmiştir. Ayrıca öğrencilerin %70,5'i aldıkları eğitimin beklentilerini karşıladığını ifade etmiştir.

Ders içeriklerine ilişkin değerlendirmelerde de olumlu sonuçlar dikkat çekmektedir. Öğrencilerin %80,9'u ders içeriklerinin alanlarıyla ilişkili olduğunu belirtirken, %69,2'si seçmeli ders çeşitliliğini yeterli bulmuştur. Bu sonuçlar öğrencilerin program içeriğini genel olarak yeterli ve mesleki gelişimlerine katkı sağlayacak nitelikte değerlendirdiklerini göstermektedir.

Derslerin işlenişine ilişkin değerlendirmelerde ise öğrencilerin %63,2'si derslerin verimli işlendiğini, yine %63,2'si derslerde aktif katılımı sağlayan yöntem ve tekniklerin yeterli düzeyde kullanıldığını ifade etmiştir. Eğitim-öğretim süreçlerinin öğrenci ihtiyaçlarına göre planlandığını düşünen öğrencilerin oranı ise %58,8 olarak belirlenmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin eğitim-öğretim süreçlerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle program memnuniyeti, ders içeriklerinin alanla

ilişkisi ve eğitim hizmetlerinin kalitesi öğrenciler tarafından en olumlu değerlendirilen konular arasında yer almaktadır.

4. Ölçme ve Değerlendirme Süreçlerine İlişkin Değerlendirmeler

Ölçme ve değerlendirme süreçlerine ilişkin bulgular, öğrencilerin bu alandaki uygulamaları genel olarak olumlu değerlendirdiğini göstermektedir. Öğrencilerin %72,1'i ölçme ve değerlendirme süreçlerinde öğretim elemanlarının objektif davrandığını düşünürken, %80,9'u sınavların yanı sıra ödev, proje ve uygulama gibi farklı değerlendirme yöntemlerinin kullanılmasından memnun olduğunu belirtmiştir. Bu sonuçlar, öğrencilerin başarılarının yalnızca sınavlarla değil farklı yöntemlerle değerlendirilmesini olumlu karşıladığını göstermektedir.

Özellikle proje, ödev ve uygulama çalışmalarının değerlendirme sürecine dâhil edilmesi, öğrencilerin teorik bilgilerini uygulamaya dönüştürmelerine ve farklı becerilerini ortaya koymalarına katkı sağlamaktadır. Reklamcılık eğitiminin uygulama ağırlıklı yapısı dikkate alındığında, farklı ölçme ve değerlendirme yöntemlerinin kullanılması öğrenciler açısından önemli bir kazanım olarak değerlendirilebilir.

Bununla birlikte bazı öğrencilerin ölçme ve değerlendirme süreçlerine ilişkin kararsız görüş bildirmesi, değerlendirme ölçütlerinin ve geri bildirim süreçlerinin daha görünür hale getirilmesinin yararlı olabileceğine işaret etmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin ölçme ve değerlendirme uygulamalarından memnun oldukları ve mevcut uygulamaların eğitim-öğretim süreçlerini desteklediği görülmektedir.

5. Fiziksel ve Teknolojik Altyapıya İlişkin Değerlendirmeler

Öğrencilerin fiziki ve teknolojik imkânlarla ilişkin değerlendirmeleri incelendiğinde memnuniyet düzeyinin genel olarak olumlu olmakla birlikte bazı alanlarda geliştirme beklentilerinin bulunduğu görülmektedir. Dersliklerin öğrenci kapasitelerinin uygun olduğunu düşünen öğrencilerin oranı %75 düzeyinde gerçekleşmiştir. Buna karşın dersliklerin fiziksel özellikleri, temizlik, ısıtma ve aydınlatma koşullarına ilişkin değerlendirmelerde olumlu görüşlerin yanında kararsız ve olumsuz görüşlerin de bulunduğu görülmektedir.

Teknolojik altyapıya ilişkin değerlendirmelerde ise öğrencilerin yaklaşık yarısı derslerde kullanılan fiziksel ve teknolojik olanakları yeterli bulunduğunu belirtmiştir. Ancak bu konuda kararsız görüş bildiren öğrencilerin oranının da dikkat çekici düzeyde olması, mevcut teknolojik altyapının geliştirilmesine yönelik beklentilerin bulunduğunu göstermektedir. Özellikle projeksiyon cihazları, akıllı tahta uygulamaları ve derslerde kullanılan diğer teknolojik araçların etkin kullanımına yönelik değerlendirmeler, bu alanın geliştirmeye açık yönlerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır.

Kongre ve toplantı salonlarına ilişkin değerlendirmelerde de öğrencilerin yarıdan fazlası olumlu görüş bildirirken, belirli bir öğrenci grubunun kararsız görüş bildirdiği görülmektedir. Bu durum öğrencilerin yalnızca derslikleri değil, akademik ve sosyal etkinliklerde kullanılan fiziksel alanları da değerlendirdiklerini göstermektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde öğrenciler üniversitenin fiziki ve teknolojik altyapısını yeterli bulmakla birlikte, özellikle teknolojik imkânların geliştirilmesi ve öğrenme ortamlarının iyileştirilmesine yönelik çalışmaların öğrenci memnuniyetini daha da artıracak değerlendirilmektedir.

6. Kütüphane ve Öğrenme Kaynaklarına İlişkin Değerlendirmeler

Kütüphane hizmetleri ve öğrenme kaynakları, anket sonuçlarına göre öğrencilerin en yüksek memnuniyet gösterdiği alanlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Öğrencilerin %73,5'i kütüphane

hizmetlerini yeterli bulurken, %75'i kütüphanedeki basılı kaynakların ihtiyaçlarını karşıladığını belirtmiştir. Bu oranlar, öğrencilerin akademik çalışmalarını destekleyen kaynaklara erişim konusunda genel olarak olumlu bir değerlendirmeye sahip olduklarını göstermektedir.

Kütüphanenin sunduğu çalışma ortamları, bilgi kaynaklarının çeşitliliği ve öğrenme süreçlerini destekleyen hizmetler öğrenciler tarafından olumlu değerlendirilmektedir. Özellikle öğrencilerin büyük çoğunluğunun kütüphane hizmetlerinden memnun olması, üniversitenin akademik altyapısının güçlü yönlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Günümüzde öğrenme süreçlerinin yalnızca dersliklerle sınırlı olmadığı düşünüldüğünde, kütüphanelerin öğrencilere sunduğu fiziksel ve dijital kaynakların önemi daha da artmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde kütüphane ve öğrenme kaynaklarına ilişkin memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu, öğrencilerin bilgiye erişim ve akademik çalışma imkânları açısından üniversitenin sunduğu olanakları yeterli bulduğu görülmektedir.

7. Kariyer Gelişimi ve Mesleki Hazırlık Süreçlerine İlişkin Değerlendirmeler

Öğrencilerin kariyer gelişimlerine yönelik hizmetlere ilişkin değerlendirmeleri genel olarak olumlu bir görünüm sergilemektedir. Öğrencilerin %70,6'sı kariyerlerine katkı sağlayan uygulamaların (staj, iş yeri gezileri, uzman konuk davetleri vb.) yeterli olduğunu düşünmektedir. Bu sonuç, öğrencilerin mesleki gelişimlerini desteklemeye yönelik faaliyetleri önemli ölçüde faydalı bulduklarını göstermektedir.

Kariyer planlama faaliyetleri, sektör temsilcileriyle gerçekleştirilen etkinlikler ve uygulamaya dayalı çalışmalar öğrencilerin mesleki gelişim süreçlerine katkı sağlayan unsurlar arasında yer almaktadır. Reklamcılık eğitiminin uygulama ağırlıklı yapısı dikkate alındığında, öğrencilerin sektörle erken dönemde tanışmalarını sağlayan faaliyetlerin önemli bir rol üstlendiği söylenebilir. Bu bağlamda öğrencilerin büyük bölümünün kariyer gelişimine yönelik uygulamalardan memnun olması dikkat çekici bir bulgu olarak değerlendirilmektedir.

Bununla birlikte bazı öğrencilerin kariyer planlama süreçlerine ilişkin kararsız görüş bildirmesi, bu alanda daha fazla uygulama, etkinlik ve sektör iş birliği beklentisinin bulunduğunu göstermektedir. Özellikle staj olanaklarının geliştirilmesi, mezunlarla öğrencilerin bir araya getirildiği etkinliklerin artırılması ve sektör temsilcilerinin eğitim süreçlerine daha fazla dahil edilmesi öğrencilerin mesleki hazırlık süreçlerine katkı sağlayabilecektir.

Genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin kariyer gelişimlerini destekleyen faaliyetlerden memnun oldukları, ancak sektörle etkileşimi artıracak uygulamaların çeşitlendirilmesinin memnuniyet düzeyini daha da yükseltebileceği değerlendirilmektedir.

8. Uluslararasılaşma ve Yabancı Dil Olanaklarına İlişkin Değerlendirmeler

Anket sonuçları, uluslararasılaşma faaliyetleri ve yabancı dil olanaklarının öğrenciler tarafından geliştirmeye açık alanlar arasında değerlendirildiğini göstermektedir. Öğrencilerin %51,5'i üniversitede yürütülen uluslararası değişim ve hareketlilik programlarını yeterli bulurken, %32,4'ünün bu konuda kararsız görüş bildirmesi dikkat çekmektedir. Benzer şekilde öğrenci hareketlilik programlarına katılım konusunda üniversitenin yeterli teşvik sağladığını düşünen öğrencilerin oranı %47 düzeyinde kalırken, öğrencilerin yaklaşık dörtte biri bu konuda olumsuz görüş bildirmiştir. Bu sonuçlar, öğrencilerin önemli bir kısmının uluslararasılaşma faaliyetleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığını veya bu faaliyetlerden doğrudan yararlanma fırsatı bulamadığını düşündürmektedir.

Uluslararasılaşma hizmetlerine ilişkin değerlendirmelerde de kararsızlık oranlarının görece yüksek olması dikkat çekmektedir. Öğrencilerin %38,2'si dış ilişkiler koordinatörlüğü ve benzeri uluslararasılaşma hizmetlerine ilişkin kararsız görüş bildirirken, olumlu değerlendirme yapan öğrencilerin oranı %45,6 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum, mevcut faaliyetlerin daha görünür hale getirilmesi ve öğrencilere yönelik bilgilendirme çalışmalarının artırılması gerekliliğine işaret etmektedir.

Yabancı dil eğitimine ilişkin sonuçlar ise anketin en dikkat çekici bulgularından biridir. Öğrencilerin %47,1'i üniversitede verilen yabancı dil eğitimini yeterli bulmadığını belirtirken, olumlu değerlendirmede bulunan öğrencilerin oranı %26,4 düzeyinde kalmıştır. Kararsız görüş bildiren öğrencilerin oranının da %26,5 olması, öğrencilerin bu konuda daha yüksek beklentilere sahip olduğunu göstermektedir. İletişim ve reklamcılık sektörlerinde yabancı dil yeterliliğinin giderek daha önemli hale geldiği dikkate alındığında, yabancı dil eğitimi destekleyen uygulamaların artırılması ve öğrencilerin uluslararası deneyim kazanabilecekleri fırsatların çeşitlendirilmesi faydalı olacaktır.

Genel olarak değerlendirildiğinde öğrenciler uluslararasılaşma faaliyetlerine olumlu yaklaşmakla birlikte, bu alanda daha fazla bilgilendirme, teşvik ve destek mekanizmasına ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

9. Sonuç ve Genel Değerlendirme

Öğrenci Memnuniyet Anketi sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde Reklamcılık Bölümü öğrencilerinin eğitim-öğretim süreçleri ve üniversite tarafından sunulan hizmetlerden memnun oldukları görülmektedir. Özellikle program memnuniyeti (%80,9), ders içeriklerinin alanla ilişkili bulunması (%80,9), ölçme ve değerlendirme süreçlerinde farklı yöntemlerin kullanılması (%80,9), eğitim-öğretim hizmetlerinin kalitesi (%76,5) ve kütüphane hizmetleri (%73,5) öğrenciler tarafından en olumlu değerlendirilen alanlar arasında yer almaktadır. Bu sonuçlar, bölümün eğitim faaliyetlerinin öğrencilerin beklentilerini büyük ölçüde karşıladığını ve öğrencilerin programlarına yönelik olumlu bir bakış açısına sahip olduklarını göstermektedir.

Kurumsal aidiyet, yönetim süreçleri ve iletişim hizmetlerine ilişkin değerlendirmeler de genel olarak olumlu bir görünüm sergilemektedir. Öğrenciler üniversitenin kurumsal kimliğini güçlü bulmakta, dijital iletişim araçlarını yeterli görmekte ve eğitim süreçlerine ilişkin genel memnuniyetlerini ifade etmektedir. Kariyer gelişimini destekleyen faaliyetler, kütüphane hizmetleri ve öğrenme kaynakları da öğrenciler tarafından olumlu değerlendirilen diğer alanlar arasında yer almaktadır.

Bununla birlikte anket sonuçları bazı alanlarda geliştirme ihtiyacının bulunduğunu da ortaya koymaktadır. Özellikle yabancı dil eğitimi, uluslararasılaşma faaliyetleri, teknolojik altyapının etkin kullanımı ve öğrenci geri bildirim mekanizmalarına ilişkin değerlendirmelerde kararsız ve olumsuz görüşlerin diğer alanlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, söz konusu alanlarda gerçekleştirilecek iyileştirme çalışmalarının öğrenci memnuniyetine önemli katkılar sağlayabileceğini göstermektedir.

Sonuç olarak anket bulguları, Reklamcılık Bölümünün eğitim-öğretim ve öğrenci hizmetleri açısından güçlü bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen verilerin kalite güvence sistemi kapsamında düzenli olarak izlenmesi, güçlü yönlerin korunması ve geliştirmeye açık alanlara yönelik iyileştirme çalışmalarının sürdürülmesi, öğrenci memnuniyetinin artırılmasına ve eğitim kalitesinin daha da geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

İKİNCİ ÖĞRETİM ÖĞRENCİ MEMNUNİYET ANKETİ ANALİZ RAPORU

1. Giriş

Bu rapor, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü İkinci Öğretim programında öğrenim gören öğrencilerin üniversite tarafından sunulan akademik, idari, sosyal ve fiziki hizmetlere ilişkin memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla uygulanan Öğrenci Memnuniyet Anketi sonuçlarına dayalı olarak hazırlanmıştır. Anket kapsamında öğrencilerin kurumsal aidiyet, yönetim süreçleri, eğitim-öğretim faaliyetleri, ölçme ve değerlendirme uygulamaları, fiziksel ve teknolojik altyapı, kariyer hizmetleri, kütüphane olanakları ve uluslararasılaşma faaliyetlerine ilişkin görüşleri değerlendirilmiştir.

Ankete toplam 23 öğrenci katılmıştır. Elde edilen veriler bölümün güçlü yönlerinin belirlenmesi, geliştirmeye açık alanların tespit edilmesi ve kalite güvencesi kapsamında yürütülen sürekli iyileştirme çalışmalarına katkı sağlanması amacıyla analiz edilmiştir. Anket sonuçlarına ilişkin ayrıntılı tablo ve grafikler Ek-1’de sunulmuştur.

2. Kurumsal Aidiyet, Yönetim ve İletişim Süreçlerine İlişkin Değerlendirmeler

Anket sonuçları öğrencilerin üniversiteye yönelik kurumsal algılarının genel olarak olumlu olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin %82,6’sı üniversite yöneticilerinin öğrencilerle olan iletişimlerini yeterli bulurken, %78,3’ü üniversitenin Türkiye’deki gelişmelere öncülük eden kurumlar arasında yer aldığını düşünmektedir. Benzer şekilde öğrencilerin %73,9’u üniversitenin bulunduğu bölgede stratejik öneme sahip olduğunu, %78,3’ü ise üniversitenin diğer üniversiteler arasındaki konumundan memnun olduğunu ifade etmiştir.

Kurumsal iletişim araçlarına ilişkin değerlendirmeler de olumlu bir görünüm sergilemektedir. Öğrencilerin %56,5’i üniversite web sayfasını yeterli bulurken, bu oran sosyal medya hesaplarında %78,2’ye yükselmektedir. Bilgi yönetim sistemlerini yeterli bulan öğrencilerin oranı ise %78,3 olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca öğrencilerin %78,2’si üniversitede yürütülen iyileştirme ve geliştirme çalışmalarını yeterli bulduğunu belirtmiştir.

Öğrencilerin görüş ve önerilerini yönetime rahatlıkla iletebildiğini düşünenlerin oranı %73,9 olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte bazı sorularda kararsız görüş bildiren öğrencilerin bulunması, özellikle geri bildirim mekanizmalarının görünürlüğünün artırılmasının yararlı olabileceğini göstermektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin kurumsal aidiyet, yönetim ve iletişim süreçlerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

3. Eğitim-Öğretim Süreçlerine İlişkin Değerlendirmeler

Anket sonuçları öğrencilerin eğitim-öğretim süreçlerinden genel olarak memnun olduklarını göstermektedir. Öğrencilerin %78,2’si üniversitedeki eğitim ve öğretim hizmet kalitesini olumlu değerlendirirken, %82,6’sı öğrenim gördüğü programdan memnun olduğunu belirtmiştir. Ayrıca öğrencilerin %73,9’u aldıkları eğitimin beklentilerini karşıladığını ifade etmiştir.

Ders içeriklerine ilişkin değerlendirmelerde de olumlu sonuçlar dikkat çekmektedir. Öğrencilerin %73,9’u ders içeriklerinin alanlarıyla ilişkili olduğunu belirtirken, %56,5’i seçmeli ders çeşitliliğini yeterli bulmuştur. Bu sonuçlar öğrencilerin program içeriğini genel olarak yeterli ve mesleki gelişimlerine katkı sağlayacak nitelikte değerlendirdiklerini göstermektedir.

Derslerin işlenişine ilişkin değerlendirmelerde öğrencilerin %60,9’u derslerin verimli işlendiğini ifade etmiştir. Derslerde aktif katılımı sağlayan yöntem ve tekniklerin yeterli düzeyde kullanıldığını düşünen

öğrencilerin oranı ise %69,6 olarak belirlenmiştir. Eğitim-öğretim süreçlerinin öğrenci ihtiyaçlarına göre planlandığını düşünen öğrencilerin oranı da yine %69,6 düzeyindedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin eğitim-öğretim süreçlerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle program memnuniyeti, eğitim hizmetlerinin kalitesi ve ders içeriklerinin alanla ilişkisi öğrenciler tarafından en olumlu değerlendirilen konular arasında yer almaktadır.

4. Ölçme ve Değerlendirme Süreçlerine İlişkin Değerlendirmeler

Ölçme ve değerlendirme süreçlerine ilişkin bulgular öğrencilerin bu alandaki uygulamaları genel olarak olumlu değerlendirdiğini göstermektedir. Öğrencilerin %73,9'u ölçme ve değerlendirme süreçlerinde öğretim elemanlarının objektif davrandığını düşünürken, %91,3'ü sınavların yanı sıra ödev, proje ve uygulama gibi farklı değerlendirme yöntemlerinin kullanılmasından memnun olduğunu belirtmiştir. Bu sonuçlar, öğrencilerin başarılarının yalnızca sınavlarla değil farklı yöntemlerle değerlendirilmesini olumlu karşıladığını göstermektedir.

Özellikle proje, ödev ve uygulama çalışmalarının değerlendirme sürecine dâhil edilmesi, öğrencilerin teorik bilgilerini uygulamaya dönüştürmelerine ve farklı becerilerini ortaya koymalarına katkı sağlamaktadır. Reklamcılık eğitiminin uygulama ağırlıklı yapısı dikkate alındığında, farklı ölçme ve değerlendirme yöntemlerinin kullanılması öğrenciler açısından önemli bir kazanım olarak değerlendirilebilir. Ayrıca uzaktan eğitim kapsamında gerçekleştirilen sınavların uygun şekilde yürütüldüğünü düşünen öğrencilerin oranının %78,3 olması, değerlendirme süreçlerine duyulan güvenin genel olarak yüksek olduğunu göstermektedir.

Bununla birlikte bazı öğrencilerin ölçme ve değerlendirme süreçlerine ilişkin kararsız veya olumsuz görüş bildirmesi, değerlendirme ölçütlerinin ve geri bildirim süreçlerinin daha görünür hale getirilmesinin yararlı olabileceğine işaret etmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin ölçme ve değerlendirme uygulamalarından memnun oldukları ve mevcut uygulamaların eğitim-öğretim süreçlerini desteklediği görülmektedir.

5. Fiziksel ve Teknolojik Altyapıya İlişkin Değerlendirmeler

Öğrencilerin fiziki ve teknolojik imkânlarla ilişkin değerlendirmeleri incelendiğinde memnuniyet düzeyinin genel olarak olumlu olduğu görülmektedir. Dersliklerin öğrenci kapasitelerinin uygun olduğunu düşünen öğrencilerin oranı %82,6 olarak belirlenmiştir. Benzer şekilde öğrencilerin %69,5'i dersliklerin fiziksel özelliklerini (temizlik, ısıtma ve aydınlatma gibi) yeterli bulmaktadır. Bu sonuçlar, öğrencilerin öğrenme ortamlarına ilişkin genel değerlendirmelerinin olumlu olduğunu göstermektedir.

Teknolojik altyapıya ilişkin değerlendirmelerde öğrencilerin %65,2'si derslerde kullanılan fiziksel ve teknolojik olanakların etkili biçimde kullanıldığını ifade etmiştir. Bununla birlikte öğrencilerin yaklaşık dörtte birinin bu konuda kararsız görüş bildirmesi, teknolojik altyapının geliştirilmesine ve mevcut imkânların daha etkin kullanılmasına yönelik beklentilerin bulunduğunu göstermektedir. Özellikle projeksiyon cihazları, akıllı tahta uygulamaları ve derslerde kullanılan diğer teknolojik araçların eğitim süreçlerine entegrasyonu öğrenciler tarafından önemsenen konular arasında yer almaktadır.

Akademik ve sosyal etkinliklerde kullanılan fiziki mekânlarla ilişkin değerlendirmeler de dikkat çekicidir. Öğrencilerin %87'si kongre ve toplantı salonlarını yeterli bulduğunu belirtmiştir. Bu sonuç, üniversitenin yalnızca derslikler açısından değil, akademik etkinliklerin gerçekleştirildiği ortak kullanım alanları bakımından da olumlu değerlendirildiğini göstermektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde öğrenciler üniversitenin fiziki ve teknolojik altyapısından memnun olmakla birlikte, teknolojik olanakların sürekli güncellenmesi ve öğrenme ortamlarının geliştirilmesine yönelik çalışmaların öğrenci memnuniyetini daha da artıracakları değerlendirilmektedir.

6. Kütüphane ve Öğrenme Kaynaklarına İlişkin Değerlendirmeler

Kütüphane hizmetleri ve öğrenme kaynakları anket sonuçlarına göre öğrencilerin en yüksek memnuniyet gösterdiği alanlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Öğrencilerin %82,6'sı kütüphane hizmetlerini yeterli bulduğunu belirtmiştir. Bu sonuç, öğrencilerin akademik çalışmalarını destekleyen bilgi kaynaklarına erişim konusunda genel olarak olumlu bir değerlendirmeye sahip olduklarını göstermektedir.

Kütüphanenin sunduğu çalışma ortamları, bilgi kaynaklarının çeşitliliği ve öğrenme süreçlerini destekleyen hizmetler öğrenciler tarafından olumlu değerlendirilmektedir. Özellikle öğrencilerin büyük çoğunluğunun kütüphane hizmetlerinden memnun olması, üniversitenin akademik altyapısının güçlü yönlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Günümüzde öğrenme süreçlerinin yalnızca dersliklerle sınırlı olmadığı düşünüldüğünde, kütüphanelerin öğrencilere sunduğu fiziksel ve dijital kaynakların önemi daha da artmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde kütüphane ve öğrenme kaynaklarına ilişkin memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu, öğrencilerin bilgiye erişim ve akademik çalışma imkânları açısından üniversitenin sunduğu olanakları yeterli bulduğunu görülmektedir.

7. Kariyer Gelişimi ve Mesleki Hazırlık Süreçlerine İlişkin Değerlendirmeler

Öğrencilerin kariyer gelişimlerine yönelik hizmetlere ilişkin değerlendirmeleri genel olarak olumlu bir görünüm sergilemektedir. Öğrencilerin %65,2'si kariyerlerine katkı sağlayan uygulamaların (staj, iş yeri gezileri, uzman konuk davetleri vb.) yeterli olduğunu düşünmektedir. Bu sonuç, öğrencilerin mesleki gelişimlerini desteklemeye yönelik faaliyetleri önemli ölçüde faydalı bulduklarını göstermektedir.

Kariyer planlama faaliyetleri, sektör temsilcileriyle gerçekleştirilen etkinlikler ve uygulamaya dayalı çalışmalar öğrencilerin mesleki gelişim süreçlerine katkı sağlayan unsurlar arasında yer almaktadır. Reklamcılık eğitiminin uygulama ağırlıklı yapısı dikkate alındığında, öğrencilerin sektörle erken dönemde tanışmalarını sağlayan faaliyetlerin önemli bir rol üstlendiği söylenebilir. Bu bağlamda öğrencilerin büyük bölümünün kariyer gelişimine yönelik uygulamalardan memnun olması dikkat çekici bir bulgu olarak değerlendirilmektedir.

Bununla birlikte öğrencilerin yaklaşık %13'ünün kararsız görüş bildirmesi ve %21,7'sinin olumsuz değerlendirme yapması, kariyer planlama süreçlerine ilişkin beklentilerin devam ettiğini göstermektedir. Özellikle staj olanaklarının geliştirilmesi, mezunlarla öğrencilerin bir araya getirildiği etkinliklerin artırılması ve sektör temsilcilerinin eğitim süreçlerine daha fazla dahil edilmesi öğrencilerin mesleki hazırlık süreçlerine katkı sağlayabilecektir.

Genel olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin kariyer gelişimlerini destekleyen faaliyetlerden memnun oldukları, ancak sektörle etkileşimi artıracak uygulamaların çeşitlendirilmesinin memnuniyet düzeyini daha da yükseltebileceği değerlendirilmektedir.

8. Uluslararasılaşma ve Yabancı Dil Olanaklarına İlişkin Değerlendirmeler

Anket sonuçları, öğrencilerin uluslararasılaşma faaliyetleri ve yabancı dil olanaklarına ilişkin değerlendirmelerinin genel olarak olumlu olmakla birlikte bazı alanlarda geliştirme beklentilerinin bulunduğunu göstermektedir. Öğrencilerin %60,9'u üniversitede yürütülen uluslararası değişim ve hareketlilik programlarını yeterli bulduğunu belirtirken, %26,1'i bu konuda kararsız görüş bildirmiştir. Benzer şekilde öğrencilerin %56,5'i öğrenci hareketlilik programlarına katılım konusunda yeterli teşvik

sağlandığını düşünmektedir. Bu sonuçlar, öğrencilerin önemli bir bölümünün uluslararasılaşma faaliyetlerine olumlu yaklaştığını göstermektedir.

Uluslararasılaşma hizmetlerine ilişkin değerlendirmelerde öğrencilerin %60,9'u dış ilişkiler koordinatörlüğü ve benzeri birimlerin çalışmalarını yeterli bulduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte belirli bir öğrenci grubunun kararsız görüş bildirmesi, uluslararası değişim programları ve hareketlilik olanaklarına ilişkin bilgilendirme faaliyetlerinin artırılmasının yararlı olabileceğine işaret etmektedir. Özellikle Erasmus ve benzeri programlara yönelik tanıtım çalışmalarının artırılması öğrencilerin bu olanaklardan daha fazla yararlanmasına katkı sağlayabilecektir.

Yabancı dil eğitimine ilişkin değerlendirmeler ise diğer alanlara kıyasla daha düşük memnuniyet düzeyine işaret etmektedir. Öğrencilerin %43,5'i üniversitede verilen yabancı dil eğitimini yeterli bulurken, %30,4'ü olumsuz görüş bildirmiştir. Kararsız görüş bildiren öğrencilerin oranının da %26,1 olması, öğrencilerin yabancı dil becerilerini geliştirmeye yönelik beklentilerinin devam ettiğini göstermektedir. İletişim ve reklamcılık sektörlerinde yabancı dil yeterliliğinin önemi göz önünde bulundurulduğunda, bu alana yönelik destekleyici faaliyetlerin artırılması faydalı olacaktır.

Genel olarak değerlendirildiğinde öğrenciler uluslararasılaşma faaliyetlerine olumlu yaklaşmakla birlikte, yabancı dil eğitiminin geliştirilmesine ve uluslararası hareketlilik olanaklarının daha görünür hale getirilmesine yönelik beklentilerin bulunduğu görülmektedir.

9. Sonuç ve Genel Değerlendirme

Öğrenci Memnuniyet Anketi sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde Reklamcılık Bölümü İkinci Öğretim öğrencilerinin eğitim-öğretim süreçleri ve üniversite tarafından sunulan hizmetlerden memnun oldukları görülmektedir. Özellikle program memnuniyeti (%82,6), ölçme ve değerlendirme süreçlerinde farklı yöntemlerin kullanılması (%91,3), kütüphane hizmetleri (%82,6), eğitim-öğretim hizmetlerinin kalitesi (%78,2) ve kurumsal iletişim süreçleri öğrenciler tarafından en olumlu değerlendirilen alanlar arasında yer almaktadır. Bu sonuçlar, öğrencilerin bölümde sunulan eğitim faaliyetlerini ve öğrenci hizmetlerini genel olarak olumlu değerlendirdiklerini göstermektedir.

Kurumsal aidiyet, yönetim süreçleri, kariyer gelişimini destekleyen faaliyetler ve fiziksel altyapıya ilişkin değerlendirmeler de genel olarak olumlu bir görünüm sergilemektedir. Öğrenciler üniversitenin kurumsal kimliğini güçlü bulmakta, eğitim süreçlerinden memnun olduklarını belirtmekte ve kariyer gelişimlerine katkı sağlayan uygulamaları yararlı görmektedir.

Bununla birlikte yabancı dil eğitimi, uluslararasılaşma faaliyetlerinin görünürlüğü ve teknolojik altyapının geliştirilmesine ilişkin alanlarda iyileştirme beklentilerinin bulunduğu görülmektedir. Bu alanlarda gerçekleştirilecek çalışmaların öğrenci memnuniyetini artıracığı ve eğitim kalitesine katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak anket bulguları, Reklamcılık Bölümü İkinci Öğretim programının eğitim-öğretim ve öğrenci hizmetleri açısından güçlü bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen verilerin kalite güvence sistemi kapsamında düzenli olarak değerlendirilmesi, güçlü yönlerin korunması ve geliştirmeye açık alanlara yönelik iyileştirme çalışmalarının sürdürülmesi öğrenci memnuniyetinin artırılmasına katkı sağlayacaktır.

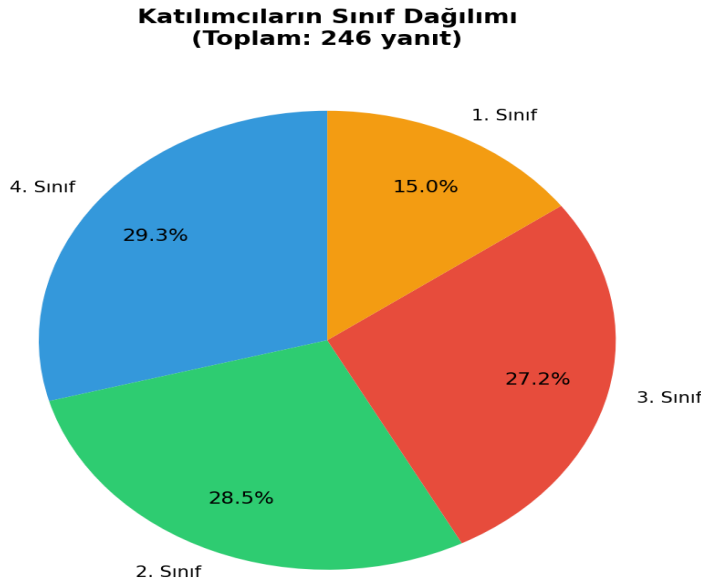
ÖĞRENCİ MEMNUNİYET VE BİREYSEL ÖNERİ ANALİZ RAPORU

Bu rapor, T.C. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü'nde gerçekleştirilen Öğrenci Memnuniyet ve Bireysel Öneri Formunun sonuçlarını kapsamlı biçimde analiz etmektedir. Ankete 248 öğrenci katılmış, katılımcıların tüm sınıf düzeylerine yayıldığı gözlemlenmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde, öğrencilerin mesleki yeterlilik ve öğrenme kazanımlarına ilişkin algıları orta-iyi düzeyde seyrederken; fiziki ve teknik altyapıya ilişkin memnuniyet belirgin biçimde düşük kalmaktadır. Bilgisayar ve teknik ekipman yeterliliği, tüm maddeler arasında en düşük puanı almakta (2,63) ve acil bir iyileştirme alanı olarak öne çıkmaktadır.

Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı

Anket, Google Forms platformu üzerinden uygulanmış; 248 öğrenci yanıt vermiştir. Form iki ana bölümden oluşmaktadır: (1) 21 soruluk 5'li Likert ölçeğine dayalı Memnuniyet ve Değerlendirme Anketi, (2) öneri konusu seçiminden oluşan Bireysel Öneri Sistemi (BÖS). Ölçekteki değerler 1 = Hiç Katılmıyorum, 5 = Tamamen Katılıyorum şeklinde kodlanmıştır.

Katılımcı Profili

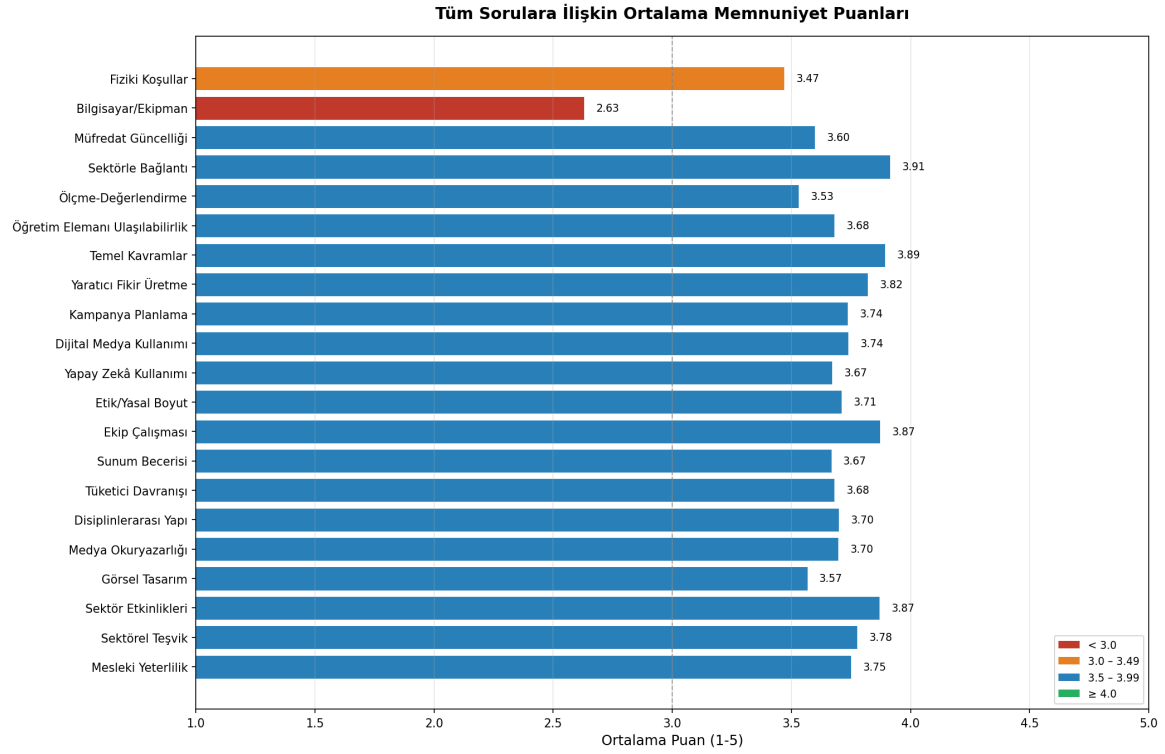


Şekil 1. Katılımcıların sınıf düzeyine göre dağılımı

Katılımcıların %29,3'ü 2. sınıf, %28,5'i 4. sınıf, %27,2'si 3. sınıf ve %15'i 1. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Yüksek sınıf katılımının yoğunluğu, programa ilişkin uzun süreli deneyimlere dayanan değerlendirmelerin ağırlığını artırmaktadır.

MEMNUNİYET ANKETİ BULGULARI

Aşağıda 21 maddelik anketten elde edilen ortalama puanlar gösterilmektedir. Puanlar 1-5 ölçeğinde hesaplanmış olup renk kodlaması ile önem düzeyleri belirtilmiştir.



Şekil 2. Tüm maddelere ilişkin ortalama memnuniyet puanları

Madde	Kategori	Ort. Puan	Düzye
Dersliklerin Fiziki Koşulları	Fiziki/Teknik	3.47	
Bilgisayar/Teknik Ekipman Yeterliliği	Fiziki/Teknik	2.63	
Müfredat Güncelliği	Eğitim	3.60	
Örnekler/Sektörle Bağlantı	Eğitim	3.92	
Ölçme-Değerlendirme Adaleti	Eğitim	3.53	
Öğretim Elemanı Ulaşılabilirlik	Eğitim	3.68	
Temel Kavramlar / Süreçler	Yeterlilik	3.89	
Yaratıcı Reklam Fikri Üretme	Yeterlilik	3.82	
Kampanya Süreci Planlama	Yeterlilik	3.74	

Dijital Medya Kullanımı	Yeterlilik	3.74
Yapay Zekâ Araçları Kullanımı	Yeterlilik	3.67
Etik/Yasal Boyut Değerlendirme	Yeterlilik	3.71
Ekip / Liderlik Sorumluluğu	Yeterlilik	3.87
Sunum Becerisi	Yeterlilik	3.67
Tüketici Davranışı Yetkinliği	Program	3.68
Disiplinlerarası Yapı	Program	3.70
Medya Okuryazarlığı	Program	3.70
Görsel Tasarım Gelişimi	Program	3.57
Sektör Etkinlikleri Katkısı	Program	3.87
Sektörel/Akademik Teşvik	Program	3.78
Mesleki Yeterlilik Kazanımı	Program	3.75

Tablo 1. Madde bazlı ortalama puanlar ve değerlendirme düzeyleri

a. Fiziki ve Teknik Altyapı

Fiziki ve teknik altyapıya ilişkin iki temel madde değerlendirilmiştir. Dersliklerin fiziki koşulları (ısıtma, aydınlatma, temizlik) ortalama 3,47 puan olarak orta düzeyde bir memnuniyet sergilemiştir. Buna karşın bilgisayar, yazılım ve teknik ekipmanların yeterliliği 2,63 ile anketin en düşük puanlı maddesi olmuştur.

Bu sonuç, açık uçlu öneri metinleriyle de desteklenmektedir: Bilgisayarların eski ve işlevsiz olduğu, bilgisayar laboratuvarında çalışılmadığı, Adobe gibi profesyonel yazılımlara erişimin bulunmadığı ve sınıflarda hoparlör gibi temel donanımların eksikliği vurgulanmıştır.

b. Eğitim-Öğretim Süreci

Eğitim-öğretim boyutunda puanlar 3,53 ile 3,92 arasında dağılmakta olup en yüksek puan "Örneklerin/Projelerin Sektörle Bağlantısı" maddesine verilmiştir (3,92). Bu sonuç, öğrencilerin teorik ders içeriklerinin mesleki geçerliliğini büyük ölçüde takdir ettiğine işaret etmektedir.

Bununla birlikte ölçme-değerlendirmenin adilliği (3,53) ve müfredat güncelliği (3,60) görece daha düşük kalmaktadır. Öğrenci önerilerinde ders içeriklerinin tekrara düştüğü, bazı öğretim elemanlarının slayt okumakla yetindiği ve interaktif ders yöntemlerinin yetersiz kaldığı ifade edilmiştir.

c. Mesleki Yeterlilik ve Beceriler

Öğrencilerin kendi mesleki yeterliliklerine ilişkin öz değerlendirmeleri genel olarak olumludur; temel kavramlar ve süreçlere hâkimiyet (3,89), ekip çalışması sorumluluk algısı (3,87) ve sektör etkinliklerinin mesleki katkısı (3,87) en yüksek puanlı maddeler arasındadır.

Görsel tasarım (3,57) ve sunum becerileri (3,67) ise görece düşük kalmaktadır. Bu durum, yazılım eksikliği ve ders içeriği sorunlarıyla doğrudan ilişkilendirilebilir. Yapay zekâ araçlarına ilişkin

kullanım düzeyi de 3,67 ile orta-iyi aralığında seyretmekte; pek çok öğrenci yapay zekâ odaklı dersler ve araçların müfredata entegrasyonunu talep etmektedir.

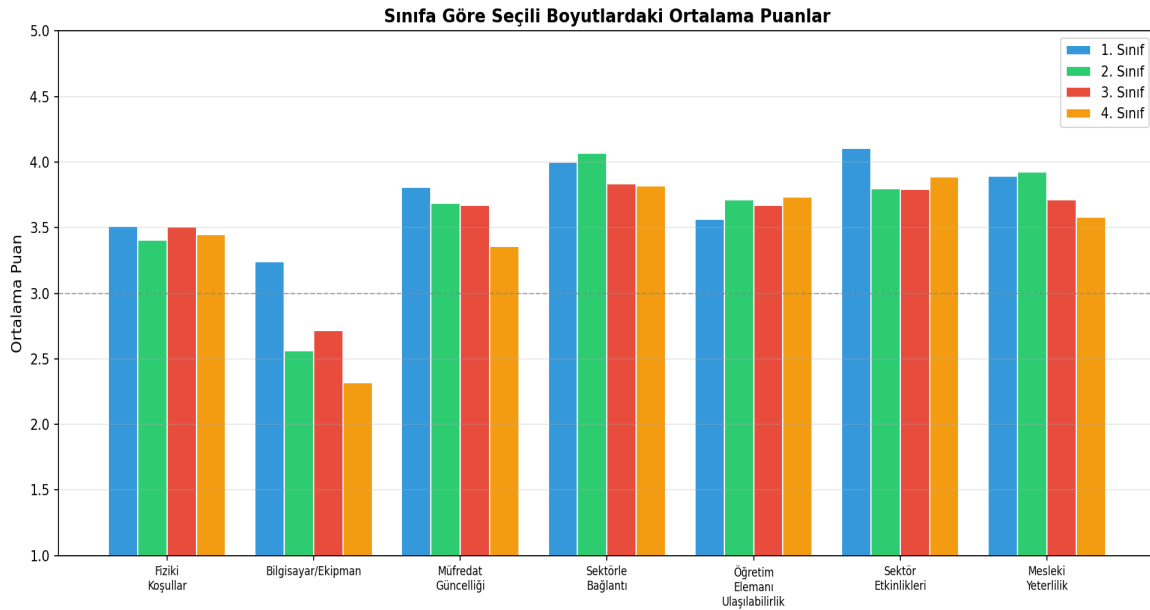
d. Program Çıktıları ve Bölümsel Katkı

Program çıktılarına yönelik maddeler 3,57 ile 3,87 arasında puanlanmıştır. Sektör etkinliklerinin mesleki katkısı (3,87) ve sektörel teşvik (3,78) görece yüksek değerler alırken; görsel düşünme ve tasarım alanındaki gelişim (3,57) ile disiplinlerarası yapı değerlendirmesi (3,70) görece daha düşük kalmaktadır.

Bölümün mesleki hedeflere ulaşmak için gerekli bilgi ve becerileri kazandırma düzeyi ise 3,75 puan almıştır. Bu puan, öğrencilerin programdan orta-iyi düzey fayda sağladığını ortaya koyarken; özellikle üst sınıf öğrencileri, bireysel çabalarının akademik destek kadar belirleyici olduğuna yönelik daha eleştirel bir bakış açısı sergilemektedir.

Sınıf Göre Karşılaştırmalı Analiz

Aşağıdaki grafik, seçili temel boyutlarda sınıflar arasındaki puan farklılıklarını göstermektedir. 1. sınıf öğrencileri genel olarak daha yüksek puan verme eğilimi sergilemiş; buna karşın 4. sınıf öğrencilerinin puanları özellikle fiziki koşullar ve teknik altyapı ile mesleki yeterlilik boyutlarında belirgin biçimde düşmüştür.

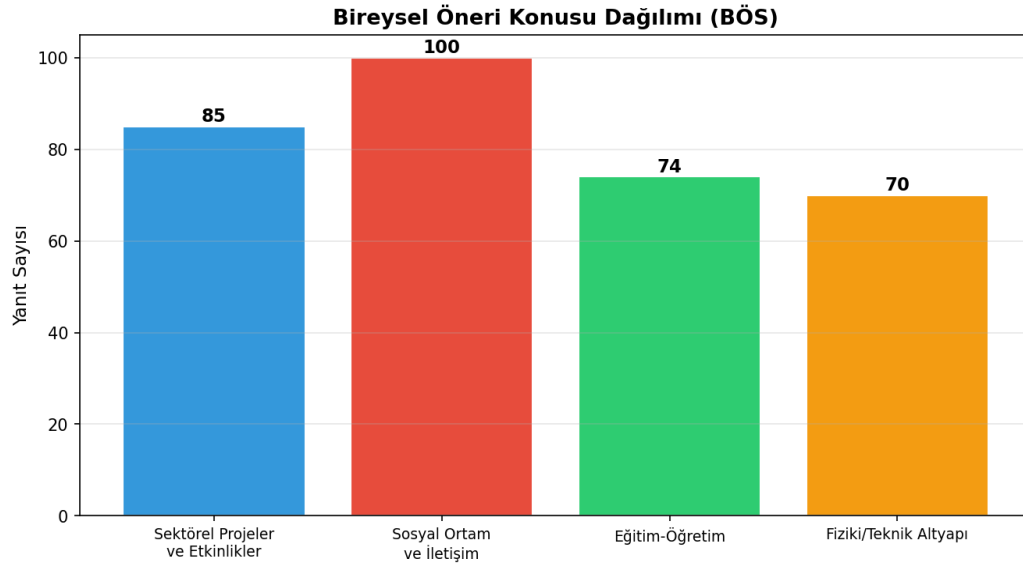


Şekil 3. Sınıf düzeyine göre seçili boyutlardaki ortalama puanlar

4. sınıf öğrencilerinin neredeyse tüm boyutlarda daha düşük puan verdiği dikkat çekmektedir. Bu durum, lisans sürecinin sonunda program beklentileri ile gerçekleşen kazanımlar arasındaki uçurum algısının derinleştiğine işaret edebilir. 1. sınıfların görece yüksek puanları ise programın henüz başında olan öğrencilerin beklenti ve deneyim düzeyi farklılığından kaynaklandığı düşünülmektedir.

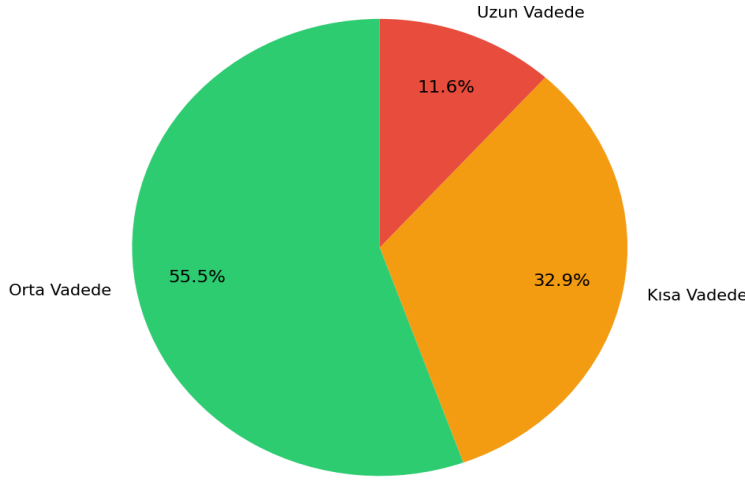
BİREYSEL ÖNERİ SİSTEMİ (BÖS) ANALİZİ

Ankete katılanların 178'i (%71,8) en az bir öneri konusu seçmiş; 105 öğrenci öneri tanımı, 97 öğrenci gerekçe ve beklenen fayda bölümünü doldurmuştur. 146 öğrenci ise uygulanabilirlik zaman çerçevesini belirlemiştir.



Uygulanabilirlik Zaman Çizelgesi

Önerilerin Uygulanabilirlik Zaman Çizelgesi (146 yanıt)



Şekil 6. Önerilerin hayata geçirilmesine ilişkin öğrenci öngörülleri

Önerilerin büyük çoğunluğu (%55,5) orta vadede hayata geçirilebilir olarak değerlendirilmiştir. Kısa vadeli uygulanabilir bulunan öneriler (%32,9) ağırlıklı olarak sosyal etkinlikler, ders saati düzenlemeleri ve temel fiziki iyileştirmelerden oluşmaktadır. Uzun vadeli (%11,6) öneriler ise yazılım lisansları, müfredat reformu ve ajans iş birlikleri gibi yapısal değişiklikleri kapsamaktadır.

Açık Uçlu Öneri Temalarının Analizi

105 öğrencinin kaleme aldığı açık uçlu önerilerin içerik analizi sonucunda beş ana tema belirlenmiştir:

Tema 1: Uygulama Odaklı Eğitim

En yoğun şikâyet ve talep, teorik ağırlıklı müfredatın sektörle olan kopukluğuna ilişkindir. Öğrenciler gerçek marka projeleri, ajans simülasyonları, brief çözümleme etkinlikleri ve kampanya geliştirme atölyelerinin ders içeriklerine entegre edilmesini talep etmektedir. "Reklamcılık pratiğe dayalı bir alan olduğu için sektörel projeler ve uygulamalı etkinliklerin artırılması çok faydalı olacaktır" ifadesi bu talebi özetler niteliktedir.

Tema 2: Teknoloji ve Yazılım Eksikliği

Adobe Creative Cloud, Premiere Pro, Photoshop gibi sektör standardı yazılımlara erişimin bulunmaması, öğrencilerin portfolyo geliştiremediği ve sektöre yetersiz hazırlandığı algısını güçlendirmektedir. Kurumsal lisans anlaşmalarının yapılması, bilgisayar laboratuvarlarının yenilenmesi ve yapay zekâ araçlarına yönelik derslerin eklenmesi bu tema altındaki önemli taleplerdir.

Tema 3: Sosyal Ortam ve Kantin Sorunu

Kantinin kaldırılmış olması pek çok öğrenci tarafından hem sosyal iletişimi hem de fakültede geçirilen süreyi olumsuz etkileyen kritik bir sorun olarak aktarılmaktadır. Öğrenciler, sınıf içi gruplaşmanın önüne

geçmek ve bölüm kaynaşmasını artırmak amacıyla sosyal etkinliklerin çoğaltılmasını da talep etmektedir.

Tema 4: Öğretim Kalitesi ve İletişim

Bazı öğrenciler, öğretim elemanlarının slayt okumakla yetindiğini, sorulara yanıt vermediğini ve aşağılayıcı iletişim biçimleri sergilediğini belirtmiştir. Buna karşılık sektör etkinlikleri ve konuşmacıların sınıfa davet edilmesi uygulamaları olumlu karşılanmaktadır. İnteraktif ders yöntemlerine ilişkin talep güçlüdür.

Tema 5: Staj ve Sektör Bağlantısı

Devam zorunluluğu ve yoğun ders programının öğrencilerin yarı zamanlı sektör deneyimi edinmesini engellediği vurgulanmaktadır. Staj sürelerinin uzatılması, derslere devam kurallarının esnetilmesi ve ajanslarla ortak proje yürütülmesi en çok dile getirilen yapısal öneriler arasındadır.

YENİ ÖĞRENCİ ANKETİ ANALİZ RAPORU

1. Giriş

Bu rapor, 2025-2026 Eğitim-Öğretim Yılı Güz Yarıyılında Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü'ne yeni kayıt yaptıran öğrencilerin demografik özelliklerini, üniversite ve bölüm tercih süreçlerini, kariyer beklentilerini ve akademik eğilimlerini belirlemek amacıyla uygulanan Yeni Öğrenci Anketi sonuçlarına dayalı olarak hazırlanmıştır. Ankete toplam 20 öğrenci katılmıştır. Elde edilen bulgular, öğrencilerin bölüme yönelik beklentilerinin ve tercih süreçlerinin anlaşılması ile bölümün sürekli iyileştirme çalışmalarına katkı sağlanması amacıyla değerlendirilmiştir.

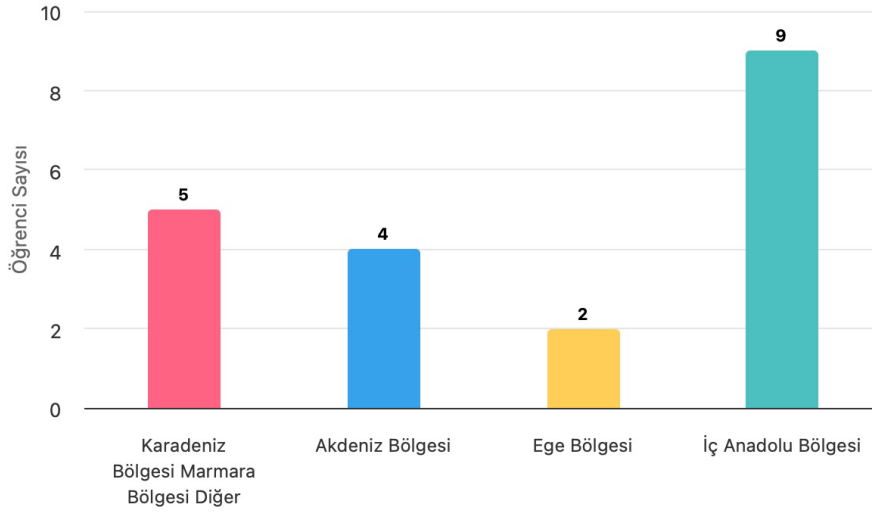
2. Katılımcıların Genel Profili

Anket sonuçlarına göre katılımcıların %70'i kadın (14 öğrenci), %30'u erkek (6 öğrenci) öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin yarısı (%50) 18 yaş ve altında, diğer yarısı ise 19-24 yaş aralığındadır. Bu durum bölümün doğrudan lise mezunu öğrenciler tarafından tercih edildiğini göstermektedir.

Öğrencilerin mezun oldukları lise türleri incelendiğinde katılımcıların %70'inin Anadolu Lisesi mezunu olduğu görülmektedir. Meslek Lisesi ve diğer lise türlerinden gelen öğrencilerin oranı ise %30'dur. Bu dağılım, bölümün farklı eğitim geçmişlerine sahip öğrenciler tarafından tercih edildiğini göstermektedir.

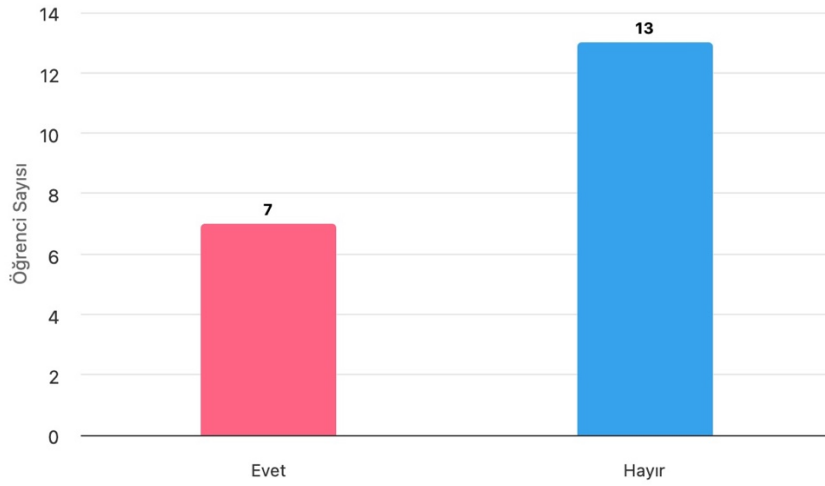
3. Coğrafi Dağılım ve Üniversite Tercihinde Konya Faktörü

Katılımcıların %50'si eğitim amacı dışında daha önce Konya'ya geldiğini, %50'si ise daha önce Konya deneyimi olmadığını belirtmiştir. Öğrencilerin Karadeniz, Akdeniz, Ege, Marmara ve İç Anadolu bölgeleri başta olmak üzere farklı coğrafi bölgelerden gelmiş olması, Reklamcılık Bölümü'nün ulusal ölçekte öğrenci çekme kapasitesine sahip olduğunu göstermektedir.



Şekil 1. Öğrencilerin Geldikleri Coğrafi Bölgeler

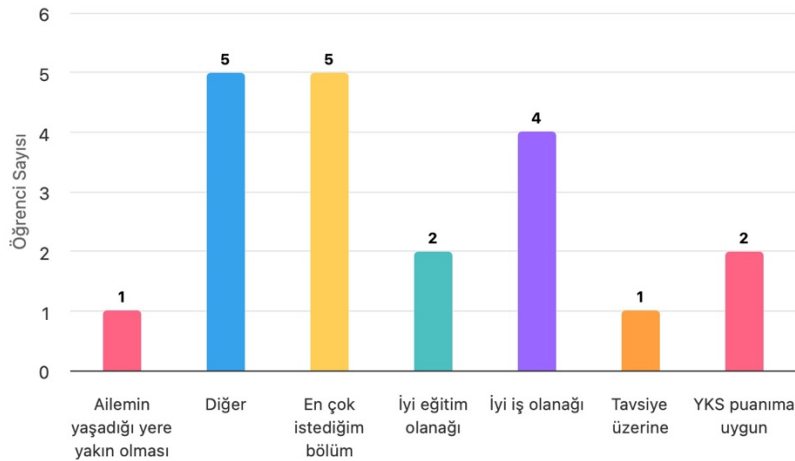
Öğrencilerin %35'i Selçuk Üniversitesi'ni tercih etmelerinde Konya şehrinin ekonomik, sosyal ve kültürel özelliklerinin etkili olduğunu belirtirken, %65'i şehir özelliklerinin tercih sürecinde etkili olmadığını ifade etmiştir. Bu sonuç, öğrencilerin tercih kararlarında şehirden çok bölüm ve üniversiteye ilişkin özellikleri dikkate aldıklarını göstermektedir.



Şekil 2. Konya Şehrinin Üniversite Tercihine Etkisi

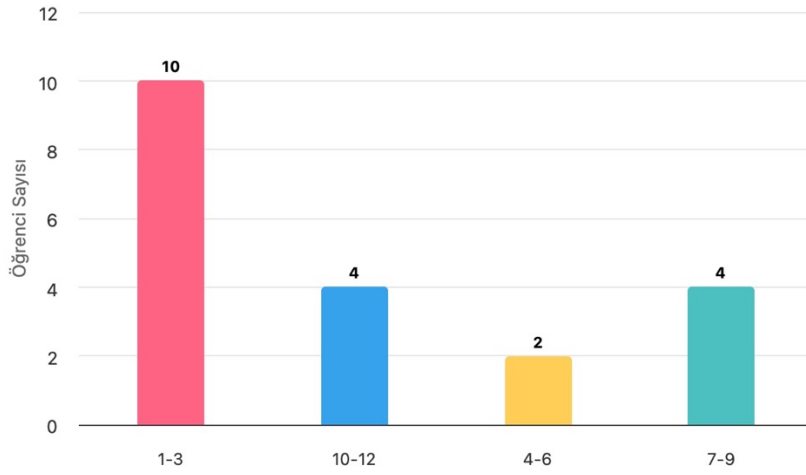
4. Üniversite ve Bölüm Tercih Süreci

Öğrencilerin bölümü tercih etme nedenleri incelendiğinde en yüksek oranların “En çok istediğim bölüm” (%25), “Diğer” (%25) ve “İyi iş olanakları” (%20) seçeneklerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bunun yanında iyi eğitim olanakları (%10), YKS puanına uygunluk (%10), tavsiye üzerine tercih (%5) ve aileye yakınlık (%5) gibi faktörlerin de tercih sürecinde etkili olduğu belirlenmiştir.



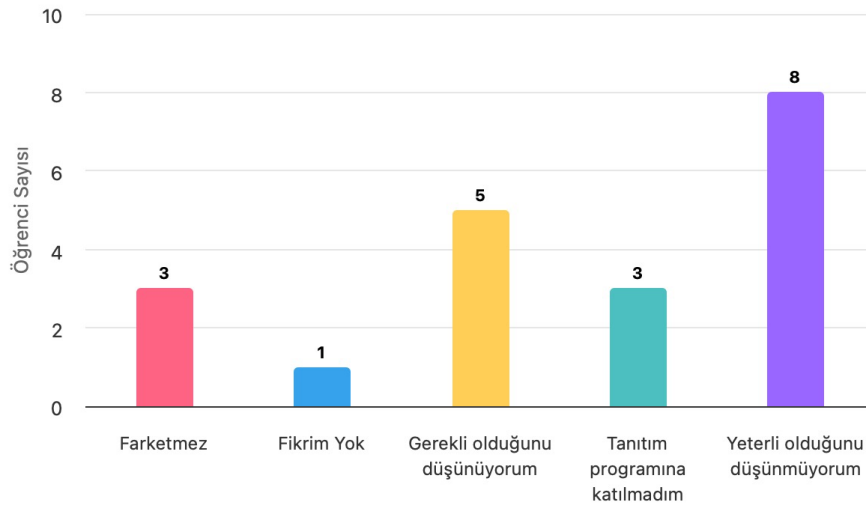
Şekil 3. Bölüm Tercih Nedenleri

Katılımcıların yarısı (%50) Reklamcılık Bölümünü ilk üç tercih arasında belirtmiştir. Öğrencilerin %20'si bölümü 4-6. tercihleri arasında, %20'si 10-12. tercihleri arasında ve %10'u 7-9. tercihleri arasında tercih etmiştir. Bu bulgular, bölümün öğrencilerin önemli bir kısmı tarafından öncelikli tercih olarak değerlendirildiğini göstermektedir.



Şekil 4. Bölümün Tercih Sırası

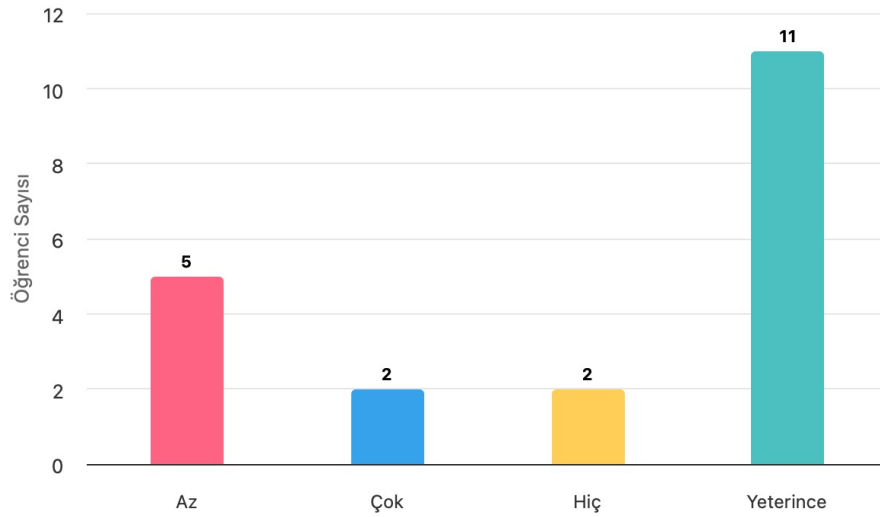
Üniversitenin tanıtım faaliyetlerine ilişkin değerlendirmelerde öğrencilerin %40'ı tanıtım programlarını yeterli bulmadığını belirtirken, %15'i tanıtım programlarına katılmadığını ifade etmiştir. Katılımcıların yalnızca %25'i tanıtım programlarının gerekli olduğunu belirtmiştir. Bu sonuçlar, bölüm ve üniversite tanıtım faaliyetlerinin geliştirilmesine ihtiyaç olduğunu göstermektedir.



Şekil 5. Üniversite Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Değerlendirmeler

5. Bölüme İlişkin Bilgi Düzeyi ve Akademik Beklentiler

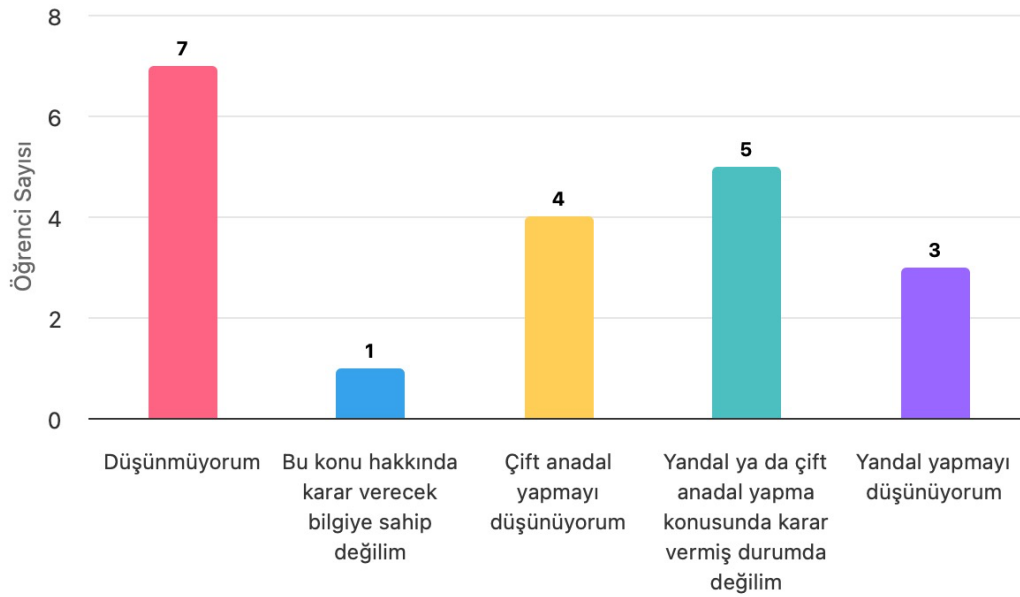
Katılımcıların %55'i bölüm mezunlarının iş olanakları hakkında yeterli bilgiye sahip olduğunu belirtirken, %25'i az bilgi sahibi olduğunu, %10'u ise hiç bilgi sahibi olmadığını ifade etmiştir. Buna karşılık öğrencilerin yalnızca %25'i iş olanakları konusunda yeterli bilgiye sahip olduğunu belirtmiştir. Bu durum öğrencilerin meslek ve kariyer fırsatları konusunda daha fazla bilgilendirilmesi gerektiğini göstermektedir.



Şekil 6. Bölüm Mezunlarının İş Olanaklarına İlişkin Bilgi Düzeyi

Tercih öncesinde bölüm web sayfasını inceleme durumları değerlendirildiğinde öğrencilerin %30'u web sayfasını inceleyip yeterli bulduğunu, %15'i inceleyip yetersiz bulduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %25'i web sayfasını hiç incelemeyi ifade ederken, %30'u ise incelemekle birlikte konu hakkında net bir görüş belirtmemiştir.

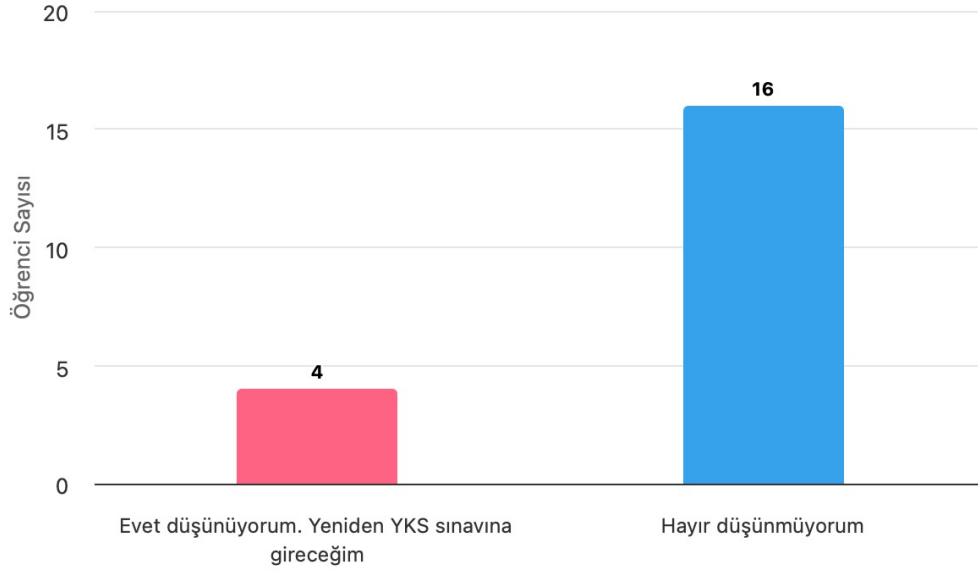
Akademik beklentiler açısından öğrencilerin %20'si çift anadal yapmayı, %15'i yandal yapmayı düşündüğünü ifade etmiştir. Bunun yanında öğrencilerin %25'i bu konuda kararsız olduğunu, %35'i ise çift anadal veya yandal yapmayı düşünmediğini belirtmiştir. Bu sonuçlar öğrencilerin akademik gelişim fırsatları konusunda daha kapsamlı bilgilendirilmesinin yararlı olacağını göstermektedir.



Şekil 7. Çift Anadal ve Yandal Yapma Eğilimleri

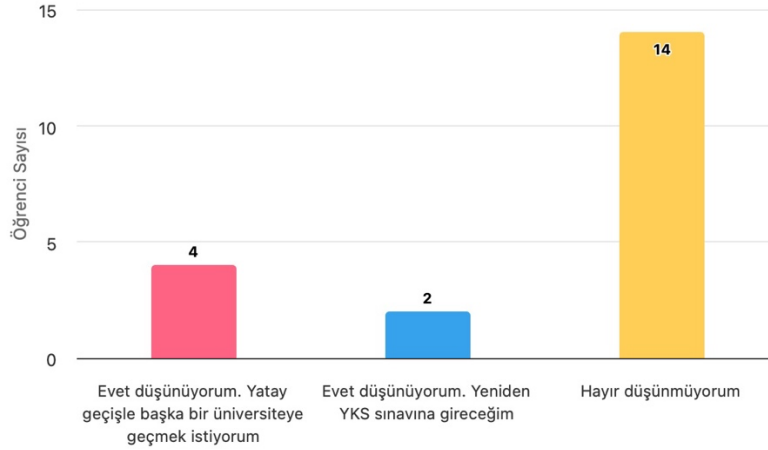
6. Bölüm ve Üniversite Tercihinden Memnuniyet

Anket sonuçlarına göre öğrencilerin %80'i bölüm değiştirmeyi düşünmediğini belirtmiştir. Yalnızca %20'lik bir kesim yeniden YKS sınavına girerek farklı bir bölüm tercih etmeyi düşündüğünü ifade etmiştir.



Şekil 8. Bölüm Değiştirme Düşüncesi

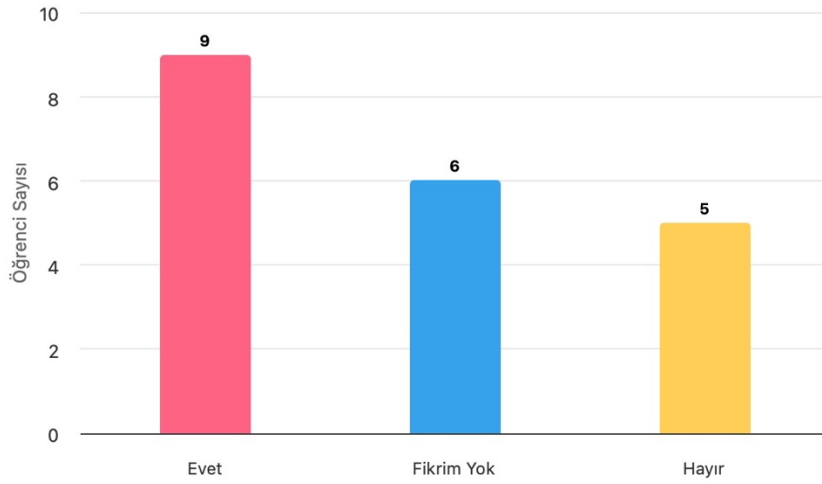
Benzer şekilde öğrencilerin %70'i üniversite değiştirmeyi düşünmediğini belirtirken, %20'si yatay geçiş yapmayı, %10'u ise yeniden YKS sınavına girerek farklı bir üniversiteye geçmeyi düşündüğünü ifade etmiştir. Bu bulgular öğrencilerin büyük çoğunluğunun mevcut bölüm ve üniversite tercihini sürdürmek istediğini göstermektedir.



Şekil 9. Üniversite Değiştirme Düşüncesi

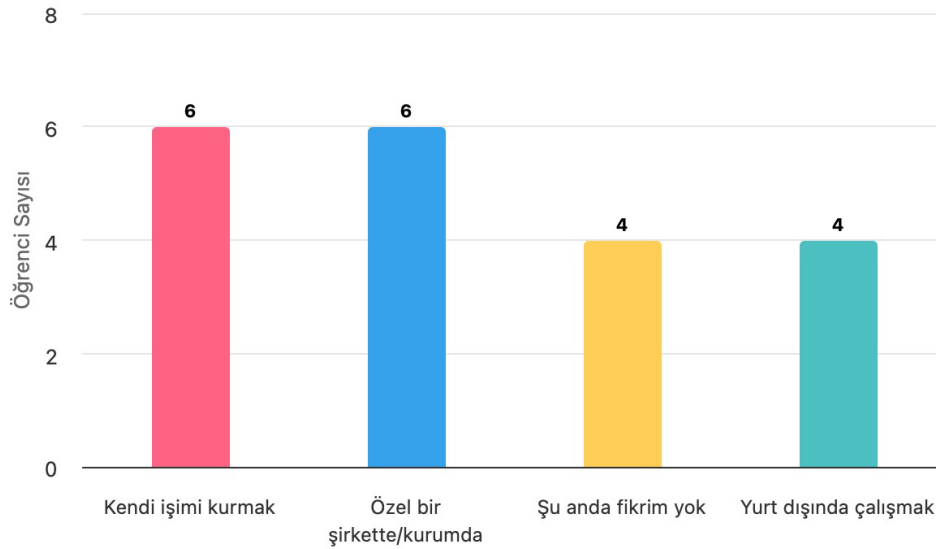
7. Kariyer Beklentileri ve Öğrenci Profili

Öğrencilerin %45'i mezuniyet sonrasında iş bulma konusunda kaygı duyduğunu belirtirken, %25'i böyle bir kaygı taşımadığını ifade etmiştir. Katılımcıların %30'u ise bu konuda net bir görüş belirtmemiştir. Bu sonuçlar öğrencilerin önemli bir bölümünün kariyer planlama ve istihdam süreçlerine ilişkin desteğe ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.



Şekil 10. Mezuniyet Sonrası İş Bulma Kaygısı

Mezuniyet sonrasında yapmak istedikleri işlere ilişkin değerlendirmelerde öğrencilerin %30'unun özel sektörde çalışmayı, %30'unun ise kendi işini kurmayı hedeflediği görülmektedir. Bunun yanında öğrencilerin %20'si yurt dışında çalışmak istediğini belirtirken, %20'si henüz kariyer hedefleri konusunda net bir karar vermediğini ifade etmiştir.



Şekil 11. Mezuniyet Sonrası Kariyer Hedefleri

Öğrencilerin kendilerini tanımlama biçimleri incelendiğinde %25'inin kendisini “çok iyi ve amaçları olan”, %25'inin “ortalama”, %20'sinin ise “sanata ve kültüre meraklı” olarak tanımladığı görülmektedir. Bilim ve teknolojiye meraklı öğrencilerin oranı %10 iken, spor ve eğlenceye meraklı öğrencilerin oranı %5 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar, öğrencilerin farklı ilgi alanlarına sahip olmakla birlikte genel olarak hedef sahibi ve gelişime açık bir profil sergilediklerini göstermektedir.

8. Sonuç ve Genel Değerlendirme

Anket sonuçları, Reklamcılık Bölümü öğrencilerinin bölümü büyük ölçüde bilinçli tercihler sonucunda seçtiklerini ve kariyer beklentilerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte öğrencilerin bölümün iş olanakları, çift anadal-yandal imkanları ve mezuniyet sonrası kariyer fırsatları konusunda daha fazla bilgilendirilmeye ihtiyaç duydukları görülmektedir.

Ayrıca üniversite ve bölüm tanıtım faaliyetlerinin geliştirilmesi, bölüm web sayfasının görünürlüğünün artırılması, mezun başarı hikâyelerinin daha fazla paylaşılması ve kariyer planlama etkinliklerinin yaygınlaştırılması öğrencilerin bölüme uyum süreçlerine olumlu katkı sağlayacaktır. Elde edilen

bulguların bölümün sürekli iyileştirme çalışmalarına veri sağlaması ve öğrenci odaklı uygulamaların geliştirilmesine katkıda bulunması beklenmektedir.

MEZUN ANKETİ ANALİZ RAPORU

Bu rapor, T.C. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü mezunlarına yönelik gerçekleştirilen Mezun Anketi sonuçlarını kapsamlı biçimde analiz etmektedir. Ankete 186 mezun katılmış, katılımcıların farklı mezuniyet dönemlerine yayıldığı gözlemlenmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde, mezunların önemli bir bölümünün mezuniyet öncesinde veya mezuniyeti takip eden ilk yıl içerisinde iş yaşamına katıldığı ve büyük ölçüde özel sektörde istihdam edildiği görülmektedir. Bölümün mesleki ve etik sorumluluk bilinci kazandırma düzeyi, mezun memnuniyeti ve bölümü başkalarına tavsiye etme eğilimi yüksek düzeyde değerlendirilirken; derslerin iş yaşamına hazırlamadaki yeterliliği ve kariyer yönlendirme süreçlerine ilişkin değerlendirmeler görece daha düşük kalmaktadır. Bulgular, bölümün mezunlar üzerinde güçlü bir aidiyet ve memnuniyet oluşturduğunu ortaya koyarken, uygulamalı eğitim olanakları ile sektör bağlantılarının geliştirilmesinin önemli bir iyileştirme alanı olarak öne çıktığını göstermektedir.

Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı

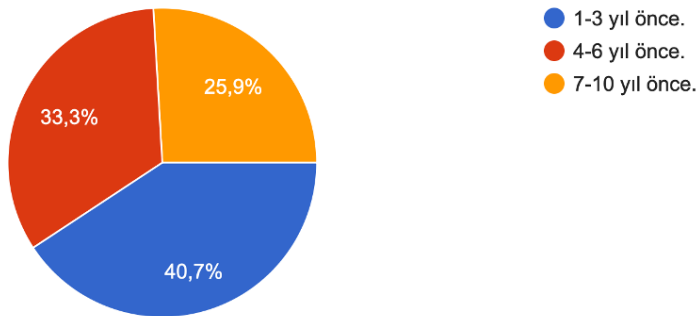
Anket, Google Forms platformu üzerinden uygulanmış; 186 mezun yanıt vermiştir. Form iki ana bölümden oluşmaktadır: (1) mezunların mezuniyet dönemi, istihdam süreci, çalışma deneyimi, kurum türü, görev pozisyonu ve lisansüstü eğitim durumlarına ilişkin sorulardan oluşan Mezun Bilgi Formu, (2) 9 soruluk 5'li Likert ölçeğine dayalı Mezun Memnuniyet ve Değerlendirme Anketi. Ölçekteki değerler 1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 5 = Kesinlikle Katılıyorum şeklinde kodlanmıştır. Ayrıca formun sonunda mezunların görüş ve önerilerini paylaşabilecekleri açık uçlu bir değerlendirme sorusuna yer verilmiştir.

Katılımcı Profili

Bu bölümde araştırmaya katılan mezunların mezuniyet dönemleri, istihdam durumları, iş yaşamına geçiş süreçleri, çalışma deneyimleri, görev pozisyonları, çalıştıkları kurum türleri ve lisansüstü eğitim durumlarına ilişkin bulgular sunulmaktadır. Elde edilen veriler, mezunların kariyer gelişimleri ve mesleki konumları hakkında genel bir görünüm ortaya koymaktadır.

Mezuniyet Dönemi

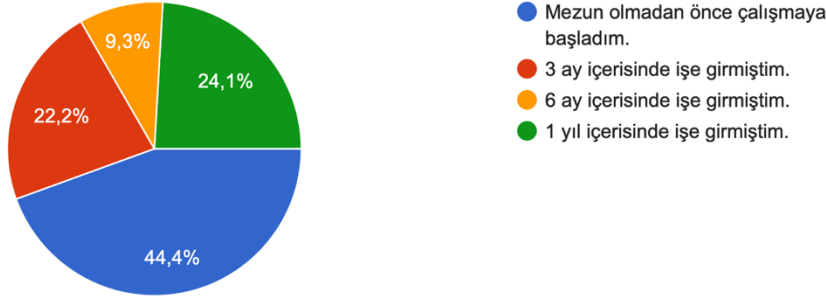
Ankete katılan mezunların mezuniyet dönemleri incelendiğinde, katılımcıların %40,7'sinin son 1-3 yıl içerisinde mezun olduğu görülmektedir. Bunu %33,3 ile 4-6 yıl önce mezun olanlar ve %25,9 ile 7-10 yıl önce mezun olanlar takip etmektedir. Bulgular, ankete katılan mezunların önemli bir bölümünün yakın dönem mezunlarından oluştuğunu göstermektedir. Bununla birlikte, farklı mezuniyet dönemlerinden katılımcıların araştırmada yer alması, bölümün çeşitli dönemlerdeki mezunlarının deneyim ve değerlendirmelerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesine olanak sağlamaktadır.



Şekil 1. Katılımcıların mezuniyet yıllarına göre dağılımı (n=54)

İlk İşe Başlama Süresi

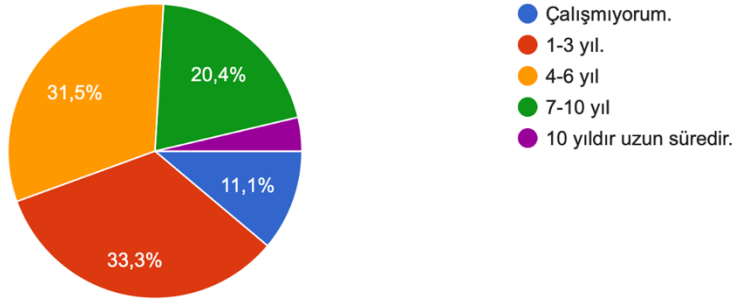
Katılımcıların ilk işe başlama süreleri incelendiğinde, mezunların iş gücü piyasasına oldukça hızlı bir şekilde dahil oldukları görülmektedir. Mezunların %44,4'ü mezun olmadan önce çalışmaya başladığını belirtirken, %22,2'si mezuniyetinden sonraki ilk üç ay içerisinde, %9,3'ü ilk altı ay içerisinde ve %24,1'i ilk bir yıl içerisinde işe girmiştir. Bulgular, ankete katılan mezunların tamamının mezuniyetlerinden sonraki ilk yıl içerisinde istihdama katıldığını göstermektedir. Bu durum, Reklamcılık Bölümü mezunlarının iş bulma sürecinde önemli bir avantaj elde ettiklerine ve iş yaşamına hızlı bir geçiş yapabildiklerine işaret etmektedir.



Şekil 2. Katılımcıların ilk işe başlama süresi dağılımı (n=54)

Çalışma Deneyimi

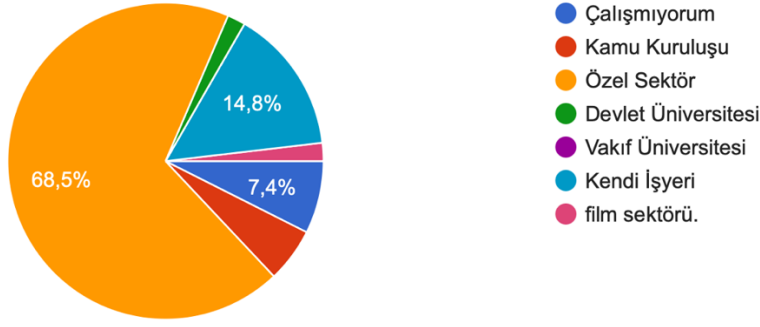
Mezuniyet sonrasında çalışma süresi incelendiğinde, katılımcıların %33,3'ünün 1-3 yıl, %31,5'inin 4-6 yıl ve %20,4'ünün 7-10 yıl aralığında çalışma deneyimine sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %11,1'i ise çalışmadığını belirtmiştir. Bulgular, mezunların büyük çoğunluğunun aktif iş yaşamı içerisinde yer aldığını ve önemli bir kısmının orta ve uzun dönemli mesleki deneyim kazandığını göstermektedir.



Şekil 3. Katılımcıların çalışma süresi dağılımı (n=54)

Çalışılan Kurum Türü

Katılımcıların çalıştıkları kurumlar incelendiğinde, mezunların büyük çoğunluğunun (%68,5) özel sektörde görev yaptığı görülmektedir. Bunun yanında katılımcıların %14,8'i kendi işyerine sahip olduğunu belirtmiştir. Kamu kurumlarında çalışan mezunların oranı %7,4 düzeyindedir. Daha düşük oranlarda olmak üzere devlet üniversiteleri, vakıf üniversiteleri ve diğer sektörlerde çalışan mezunlar da bulunmaktadır. Bu bulgular, Reklamcılık Bölümü mezunlarının ağırlıklı olarak özel sektör odaklı kariyer yollarını tercih ettiğini, aynı zamanda girişimcilik faaliyetlerine yönelen mezunların da dikkate değer bir paya sahip olduğunu göstermektedir.



Şekil 4. Katılımcıların çalıştığı kurum türü dağılımı (n=54)

Mevcut Görev/Pozisyon Dağılımı

Mezunların mevcut görev ve pozisyonları incelendiğinde oldukça geniş bir mesleki çeşitlilik olduğu görülmektedir. Katılımcılar arasında sosyal medya yöneticisi, sosyal medya uzmanı, dijital pazarlama yöneticisi, kurumsal iletişim uzmanı, marka yöneticisi, marka sorumlusu, müşteri temsilcisi, reklam metin yazarı, grafik tasarımcı, motion graphic designer, 3D artist, videographer, sanat yönetmeni ve strateji direktörü gibi reklamcılık ve pazarlama alanıyla doğrudan ilişkili pozisyonlarda çalışan mezunlar bulunmaktadır.

Bunun yanı sıra işletmeci, firma sahibi, patron, takım lideri, operasyon uzmanı, araştırma ve program planlama uzmanı gibi yönetim ve girişimcilik odaklı görevlerde çalışan mezunlar da dikkat çekmektedir. Ayrıca kamu görevlisi, polis memuru, eğitmen, iş güvenliği uzmanı, teknik servis şefi, ihracat uzmanı, radyo programcısı ve gayrimenkul danışmanı gibi farklı sektörlerde görev yapan mezunlar da bulunmaktadır.

Bulgular, Reklamcılık Bölümü mezunlarının yalnızca reklam ve iletişim sektöründe değil; medya, pazarlama, kamu, eğitim, hizmet ve girişimcilik gibi farklı alanlarda da istihdam edildiğini göstermektedir. Bu durum bölümde kazanılan bilgi ve becerilerin farklı sektörlerle aktarılabildiğini ve mezunların geniş bir kariyer yelpazesine sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Kategori	Örnek Pozisyonlar
REKLAM VE PAZARLAMA	Sosyal Medya Uzmanı, Marka Yöneticisi, Reklam Metin Yazarı, Dijital Marketing Manager
TASARIM VE MEDYA	Grafik Tasarımcı, Motion Graphic Designer, Videographer, 3D Artist
YÖNETİM VE GİRİŞİMCİLİK	Firma Sahibi, İşletmeci, Patron, Strateji Direktörü
KAMU VE EĞİTİM	Kamu Görevlisi, Polis Memuru, Eğitmen
DİĞER SEKTÖRLER	İş Güvenliği Uzmanı, İhracat Uzmanı, Gayrimenkul Danışmanı vb.

Tablo 1. Katılımcıların mevcut görevlerinin dağılımı (n=54)

Çalışılan Ajans ve Sektör Türleri

Katılımcıların çalıştıkları ajans ve sektör türleri incelendiğinde, en yüksek oranın kreatif ajanslara (%22,9) ait olduğu görülmektedir. Bunun yanında medya planlaması ajansları, sosyal medya ajansları, halkla ilişkiler (PR) ajansları ve etkinlik ajanslarında çalışan mezunlar da bulunmaktadır. Ayrıca SEO

ajansları ve tam hizmet reklam ajanslarında görev yapan mezunlar da yer almaktadır. Katılımcıların bir kısmı ise e-ticaret, oyun stüdyoları, bankacılık, konaklama, medya kuruluşları ve farklı özel sektör işletmelerinde çalıştıklarını belirtmiştir. Bunun yanı sıra kendi işini yürüten girişimciler ile kamu kurumlarında görev yapan mezunlar da bulunmaktadır. Bulgular, Reklamcılık Bölümü mezunlarının yalnızca reklam ajanslarında değil, iletişim ve pazarlama odaklı farklı sektörlerde de istihdam edildiğini göstermektedir.

Ajans Türü / Durum	Frekans	Yüzde
Kreatif ajans	10	%20,83
Sosyal medya ajansı	2	%4,17
PR ajansı	1	%2,08
SEO ajansı	1	%2,08
Tam hizmet reklam ajansı	1	%2,08
Dijital baskı reklamcılığı	1	%2,08
Reklam ajansında çalışmayanlar*	10	%20,83
Çalışmıyorum / İşsiz / Yapmıyorum	5	%10,42
Kendi işi / Ajansı	2	%4,17
Diğer sektörler**	15	%31,26
Toplam	48	%100,00

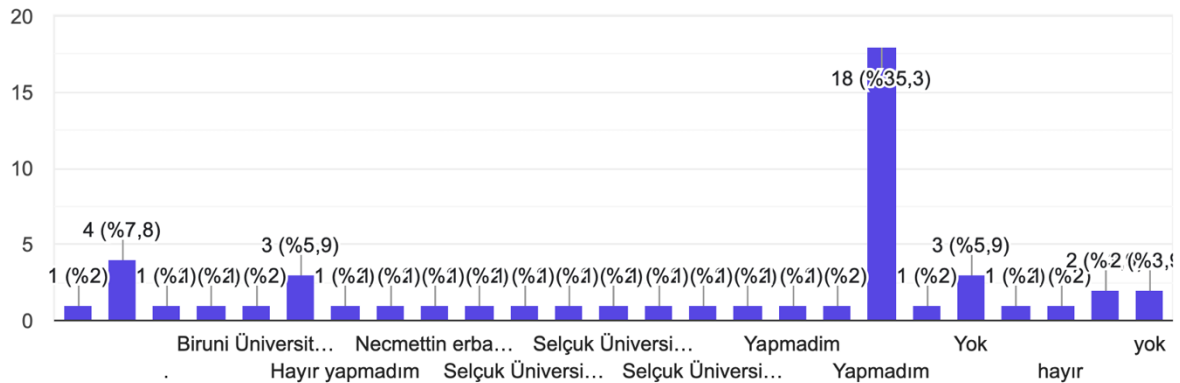
Tablo 2. Katılımcıların çalıştığı ajans ve sektör türü dağılımı (n=48)

* Reklam ajansında çalışmıyorum, ajansta çalışmıyorum, şu an reklamcılık yapmıyorum vb.

** Oyun stüdyosu, marka, banka, radyo, ulusal kanal, konaklama sektörü, metal işleme sektörü, kamuda hizmet, özel sektör, AVM vb.

Yüksek Lisans Eğitimi Durumu

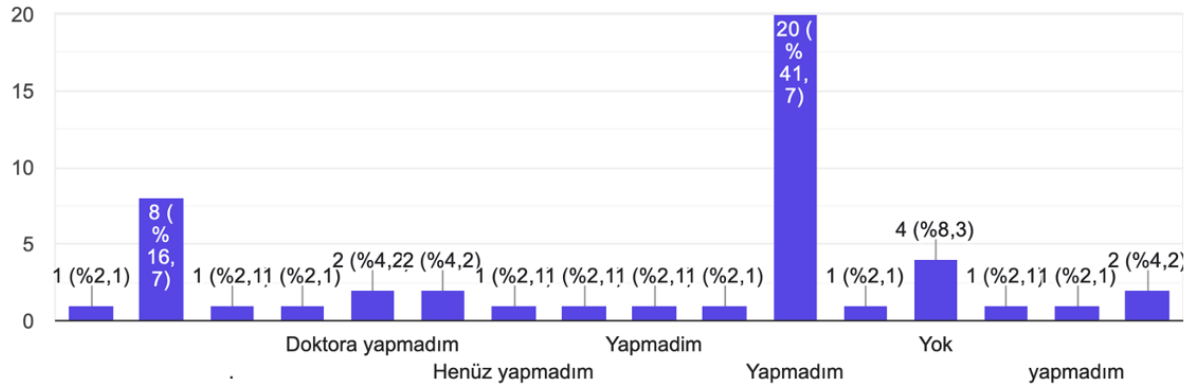
Katılımcıların yüksek lisans eğitime ilişkin yanıtları incelendiğinde, mezunların önemli bir bölümünün yüksek lisans yapmadığı görülmektedir. Açık uçlu yanıtların birleştirilmesi sonucunda, "yapmadım", "yok", "hayır" ve benzeri ifadeler veren katılımcılar çoğunluğu oluşturmaktadır. Bunun yanında yüksek lisans yapan mezunların çeşitli üniversitelerde eğitim aldığı görülmektedir. En sık belirtilen kurumlar arasında Selçuk Üniversitesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi ve Biruni Üniversitesi yer almaktadır. Ancak yüksek lisans yapan mezunların sayısı, yapmayanlara kıyasla daha düşük düzeydedir. Bu bulgu, mezunların büyük bölümünün lisans eğitiminin ardından doğrudan iş hayatına yöneldiğini göstermektedir.



Şekil 5. Katılımcıların yüksek lisans eğitim durumu dağılımı (n=51)

Doktora Eğitimi Durumu

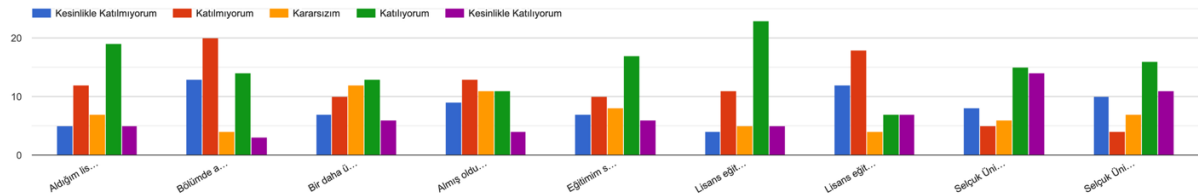
Katılımcıların doktora eğitimine ilişkin yanıtları incelendiğinde, mezunların büyük çoğunluğunun doktora eğitimi almadığı görülmektedir. Açık uçlu yanıtlarda yer alan "yapmadım", "yapmadım", "henüz yapmadım", "yok" ve benzeri ifadeler bir arada değerlendirildiğinde katılımcıların önemli bir kısmının doktora programına devam etmediği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte sınırlı sayıda mezun doktora eğitimini tamamlamış ya da sürdürmektedir. Bulgular, Reklamcılık Bölümü mezunlarının akademik kariyer yerine ağırlıklı olarak profesyonel iş yaşamına yöneldiğini göstermektedir.



Şekil 6. Katılımcıların doktora eğitim durumu dağılımı (n=48)

MEZUN MEMNUNİYET VE DEĞERLENDİRME BULGULARI

Aşağıda, mezunların bölüm eğitimine ilişkin değerlendirmelerini içeren ve 48 katılımcı tarafından yanıtlanan 9 maddelik anketten elde edilen bulgular sunulmaktadır. Katılımcılar her bir ifadeyi 5'li Likert ölçeği üzerinden değerlendirmiştir. Ölçekteki değerler 1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 5 = Kesinlikle Katılıyorum şeklinde kodlanmıştır. Bulgular, mezunların lisans eğitiminin iş yaşamına katkısı, derslerin yeterliliği, lisansüstü eğitime hazırlık, mesleki ve etik sorumluluk bilinci, kariyer yönlendirmesi ve bölüme yönelik memnuniyet düzeylerine ilişkin değerlendirmelerini ortaya koymaktadır. Yanıtlar genel olarak değerlendirildiğinde, mezunların bölüm eğitimine yönelik görüşlerinin farklı boyutlarda çeşitlilik gösterdiği, bazı konularda olumlu değerlendirmelerin öne çıkarken bazı alanlarda kararsız ve eleştirel değerlendirmelerin de bulunduğu görülmektedir.



Şekil 7. Mezun memnuniyet ve değerlendirme maddeleri bulguları

Lisans Eğitiminin İş Yaşamına Katkısı

Katılımcıların "Aldığım lisans eğitimi iş hayatıma katkı sağlamıştır." ifadesine verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %39,6'sının "Katılıyorum" ve %10,4'ünün "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını verdiği görülmektedir. Buna karşılık katılımcıların %25'i "Katılmıyorum", %10,4'ü ise "Kesinlikle Katılmıyorum" görüşünü belirtmiştir. Katılımcıların %14,6'sı kararsız olduğunu ifade etmiştir. Bulgular, mezunların yarısının lisans eğitimlerinin iş yaşamlarına katkı sağladığını düşündüğünü göstermektedir. Bununla birlikte, olumsuz değerlendirmelerde bulunan mezunların oranı da dikkate değerdir. Bu durum, eğitimin iş yaşamına katkısının mezunlar tarafından farklı düzeylerde deneyimlendiğine işaret etmektedir.

Derslerin İş Hayatı Açısından Yeterliliği

Katılımcıların "Bölümde almış olduğum dersler iş hayatı için yeterlidir." ifadesine verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %23,5'inin "Katılıyorum" ve %3,9'unun "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını verdiği görülmektedir. Buna karşılık katılımcıların %39,2'si "Katılmıyorum", %25,5'i ise "Kesinlikle Katılmıyorum" görüşünü belirtmiştir. Katılımcıların %7,8'i kararsız olduğunu ifade etmiştir. Bulgular, mezunların önemli bir bölümünün bölümde aldıkları dersleri iş hayatının gerekliliklerini karşılamada yeterli bulmadığını göstermektedir. Olumsuz görüş bildiren mezunların oranının (%64,7) olumlu görüş bildirenlerden (%27,4) daha yüksek olması, ders içeriklerinin sektörel beklentiler ve güncel mesleki gereksinimler doğrultusunda geliştirilmesine yönelik bir ihtiyaç bulunduğuna işaret etmektedir.

Bölümü Yeniden Tercih Etme Eğilimi

Katılımcıların "Bir daha üniversite lisans bölümü okuma şansım olsa Selçuk Üniversitesi Reklamcılık Bölümü'nü yine tercih ederdim." ifadesine verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %27,1'inin "Katılıyorum" ve %12,5'inin "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını verdiği görülmektedir. Buna karşılık katılımcıların %20,8'i "Katılmıyorum", %14,6'sı ise "Kesinlikle Katılmıyorum" görüşünü belirtmiştir. Katılımcıların %25'i bu konuda kararsız olduğunu ifade etmiştir. Bulgular, mezunların önemli bir bölümünün yeniden tercih hakkı olması durumunda aynı bölümü seçebileceğini gösterirken, kararsız ve olumsuz görüş bildiren katılımcıların oranı da dikkat çekmektedir. Bu durum, mezunların bölüme yönelik değerlendirmelerinin genel olarak olumlu olmakla birlikte, deneyim ve beklentilere bağlı olarak farklılaştığını göstermektedir.

Lisans Eğitiminin Lisansüstü Çalışmalara Hazırlaması

Katılımcıların "Almış olduğum lisans eğitimi beni lisansüstü çalışmalara hazırladı." ifadesine verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %22,9'unun "Katılıyorum" ve %8,3'ünün "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını verdiği görülmektedir. Buna karşılık katılımcıların %27,1'i "Katılmıyorum", %18,8'i ise "Kesinlikle Katılmıyorum" görüşünü belirtmiştir. Katılımcıların %22,9'u kararsız olduğunu ifade etmiştir. Bulgular, mezunların lisans eğitiminin lisansüstü çalışmalara hazırlama düzeyi konusunda farklı değerlendirmelere sahip olduğunu göstermektedir. Olumsuz görüşlerin olumlu görüşlerden daha yüksek olması, mezunların bir kısmının akademik çalışmalar için ek hazırlık ve destek ihtiyacı hissettiğine işaret etmektedir.

Mesleki ve Etik Sorumluluk Bilinci

Katılımcıların "Eğitimim sırasında, mesleki ve etik sorumluluk bilinci kazandım." ifadesine verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %35,4'ünün "Katılıyorum" ve %12,5'inin "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını verdiği görülmektedir. Buna karşılık katılımcıların %20,8'i "Katılmıyorum", %14,6'sı ise "Kesinlikle Katılmıyorum" görüşünü belirtmiştir. Katılımcıların %16,7'si kararsız olduğunu ifade etmiştir. Bulgular, mezunların yaklaşık yarısının eğitim sürecinde mesleki ve etik sorumluluk bilinci kazandığını düşündüğünü göstermektedir. Bu durum, bölümün mesleki bilgi ve becerilerin yanı sıra etik farkındalık geliştirme konusunda da katkı sunduğunu ortaya koymaktadır.

Meslek Yaşamına Yönelik Rehberlik ve Yönlendirme

Katılımcıların "Lisans eğitimim sırasında meslek yaşamına yönelik önerilerde bulunuldu." ifadesine verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %47,9'unun "Katılıyorum" ve %10,4'ünün "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını verdiği görülmektedir. Buna karşılık katılımcıların %22,9'u "Katılmıyorum", %8,3'ü ise "Kesinlikle Katılmıyorum" görüşünü belirtmiştir. Katılımcıların %10,4'ü kararsız olduğunu ifade etmiştir. Bulgular, mezunların önemli bir bölümünün eğitim sürecinde meslek yaşamına ilişkin yönlendirme ve tavsiyeler aldığını düşündüğünü göstermektedir. Olumlu görüşlerin yüksek olması, bölümün öğrencileri meslek yaşamına hazırlama ve kariyer planlaması konusunda destekleyici bir rol üstlendiğine işaret etmektedir.

Lisans Eğitiminin İş Yaşamına Katkısına İlişkin Olumsuz Değerlendirme

Katılımcıların "Lisans eğitimimin iş yaşamıma herhangi bir katkısı olmadı." ifadesine verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %27,1'inin "Katılmıyorum" ve %20,8'inin "Kesinlikle Katılmıyorum" yanıtını verdiği görülmektedir. Buna karşılık katılımcıların %22,9'u "Katılıyorum", %10,4'ü ise "Kesinlikle Katılıyorum" görüşünü belirtmiştir. Katılımcıların %18,8'i kararsız olduğunu ifade etmiştir. Bulgular, mezunların yaklaşık yarısının lisans eğitiminin iş yaşamlarına katkı sağlamadığı görüşüne katılmadığını göstermektedir. Bu durum, mezunların genel olarak lisans eğitimlerinin mesleki yaşamlarına belirli düzeylerde katkı sunduğunu düşündüklerine işaret etmektedir.

Bölümü Tavsiye Etme Eğilimi

Katılımcıların "Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü'nü bu mesleğe ilgi duyanlara öneririm." ifadesine verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %39,6'sının "Katılıyorum" ve %12,5'inin "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını verdiği görülmektedir. Buna karşılık katılımcıların %20,8'i "Katılmıyorum", %10,4'ü ise "Kesinlikle Katılmıyorum" görüşünü belirtmiştir. Katılımcıların %16,7'si kararsız olduğunu ifade etmiştir. Bulgular, mezunların yarıdan fazlasının bölümü başkalarına tavsiye edebileceğini düşündüğünü göstermektedir. Bu durum, mezunların bölüm deneyimlerine ilişkin genel değerlendirmelerinin olumlu olduğunu ortaya koymaktadır.

Bölüm Mezunu Olmaktan Duyulan Memnuniyet

Katılımcıların "Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü mezunu olduğum için memnunum." ifadesine verdikleri yanıtlar incelendiğinde, %37,5'inin "Katılıyorum" ve %12,5'inin "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtını verdiği görülmektedir. Buna karşılık katılımcıların %18,8'i "Katılmıyorum", %12,5'i ise "Kesinlikle Katılmıyorum" görüşünü belirtmiştir. Katılımcıların %18,8'i kararsız olduğunu ifade etmiştir. Bulgular, mezunların yarısının Reklamcılık Bölümü mezunu olmaktan memnuniyet duyduğunu göstermektedir. Bununla birlikte kararsız ve olumsuz görüşlerin de bulunması, mezuniyet deneyimlerinin bireysel beklenti ve kariyer deneyimlerine bağlı olarak farklılaşabildiğine işaret etmektedir.

Açık Uçlu Görüş ve Önerilerin Tematik Analizi

Katılımcıların açık uçlu görüş ve önerilerine ilişkin soruya toplam 16 mezun yanıt vermiştir. Yanıtlar incelendiğinde görüş ve önerilerin dört temel tema etrafında toplandığı görülmektedir. Bu temalar; eğitim programının uygulamalı yönünün güçlendirilmesi, sektörle ilişki ve mesleki hazırlık, staj ve iş deneyimi süreçleri ile bölüm ve öğretim elemanlarına yönelik değerlendirmelerden oluşmaktadır. Katılımcıların ifadeleri, bölüm eğitiminin güçlü yönlerinin yanı sıra geliştirilmesi gereken alanlara ilişkin önemli ipuçları sunmaktadır.

1. Uygulamalı Eğitimin Artırılması İhtiyacı

Katılımcıların önemli bir bölümü, eğitim programında teorik derslerin ağırlıklı olduğunu ve uygulamalı derslerin artırılması gerektiğini belirtmiştir. Özellikle reklam kampanyaları, grafik tasarım, dijital içerik üretimi ve sektörde kullanılan güncel araçlara yönelik uygulamaların ders içeriklerinde daha fazla yer alması gerektiği ifade edilmiştir.

2. Sektörel Uyum ve Güncel Beceri Eksiklikleri

Bazı mezunlar, eğitim sürecinde edindikleri bilgi ve becerilerin sektörün güncel beklentilerini karşılamakta yetersiz kaldığını belirtmiştir. Özellikle SEO, sosyal medya yönetimi, dijital reklamcılık, performans pazarlaması, Google Ads ve Meta Ads gibi güncel dijital reklamcılık uygulamalarına yönelik derslerin artırılması gerektiği vurgulanmıştır.

3. Staj ve Sektörle İş Birliğinin Güçlendirilmesi

Katılımcılar, öğrencilerin iş yaşamına daha iyi hazırlanabilmeleri için staj olanaklarının geliştirilmesi ve sektörle kurulan iş birliklerinin artırılması gerektiğini ifade etmiştir. Üniversitenin öğrencileri sektör temsilcileriyle daha fazla buluşturması ve staj süreçlerinde daha aktif rol üstlenmesi yönünde öneriler sunulmuştur.

4. Bölüm ve Akademik Kadroya Yönelik Değerlendirmeler

Yanıtlar arasında öğretim elemanlarına teşekkür ve memnuniyet ifadeleri yer almakla birlikte, bazı mezunlar bölümün iş yaşamına hazırlama konusunda yetersiz kaldığını ve eğitim programının kapsamlı biçimde güncellenmesi gerektiğini belirtmiştir. Bunun yanında bölümden genel olarak memnuniyet duyduğunu ifade eden mezunlar da bulunmaktadır.

Genel olarak açık uçlu yanıtlar, mezunların bölüm eğitiminde uygulama ağırlığının artırılması, güncel sektör becerilerine daha fazla yer verilmesi ve sektörle ilişkilerin güçlendirilmesi yönünde beklentilere sahip olduklarını göstermektedir.

Genel Değerlendirme ve Sonuç

Araştırma bulguları, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü mezunlarının önemli bir kısmının mezuniyet öncesinde veya mezuniyetlerini takip eden ilk yıl içerisinde iş yaşamına katıldığını göstermektedir. Mezunlar ağırlıklı olarak özel sektörde istihdam edilmekte olup reklamcılık, pazarlama, medya ve iletişim alanlarının yanı sıra farklı sektörlerde de kariyerlerini sürdürmektedir.

Mezun memnuniyetine ilişkin bulgular incelendiğinde, katılımcıların bölüm mezunu olmaktan genel olarak memnun oldukları ve bölümü başkalarına tavsiye etme eğilimlerinin olumlu yönde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte derslerin iş yaşamına hazırlamadaki yeterliliği, uygulamalı eğitim olanakları ve güncel sektörel becerilerin kazandırılması konularında geliştirilmesi gereken alanlar bulunduğu anlaşılmaktadır.

Açık uçlu görüş ve öneriler de nicel bulguları desteklemekte; mezunlar özellikle uygulamalı derslerin artırılması, dijital reklamcılık ve yeni medya alanlarına yönelik içeriklerin güçlendirilmesi, staj olanaklarının geliştirilmesi ve sektörle iş birliklerinin artırılması yönünde beklentilerini dile getirmektedir.

Sonuç olarak bulgular, Reklamcılık Bölümü'nün mezunları üzerinde güçlü bir aidiyet ve memnuniyet oluşturduğunu, ancak eğitim programının sektörün değişen ihtiyaçları doğrultusunda güncellenmesinin mezunların mesleki yeterliliklerini ve istihdam olanaklarını daha da güçlendireceğini göstermektedir.