



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
STRATEJİK PLANI



İÇERİK:

1. Dünyada ve Türkiye’de Turizm Eğitiminde Genel Akımlar
2. Fırsatlar (Dünya, Türkiye, Konya)
3. Riskler (Dünya, Türkiye, Konya)
4. T.İ.O.Y. Artıları
5. T.İ.O.Y. Eksileri
6. Stratejik Yapılanma (Vizyon, Misyon, Ana Amaçlar)
7. Stratejik Yaklaşım
8. Yönetim Yaklaşımı



DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE TURİZM EĞİTİMİNDE GENEL AKIMLAR

- Küreselleşmenin devletlerarası ve kurumlar arası ilişkileri artırması
- Eğitim öğretim nedeniyle uluslararası değişim programlarının artması
- Bilişim teknolojilerinden dolayı etkileşimin artması
- Gelir seviyesinin artması
- Şehirleşmenin artması
- Turizm mevsiminin uzaması
- Ulaşım sektöründe yaşanan gelişmeler



FIRSATLAR- Türkiye

- Uygarlıklar merkezi olması
- Ekonominin güçlenmesi
- Doğal ve kültürel zenginlikler
- Turizme yönelik tesisleşmenin güçlenmesi
- Ilıman iklim yapısının turizme elverişli olması
- Alternatif turizm imkanlarının yüksek olması
- Her mevsim turizm etkinliklerine uygun olması

FIRSATLAR-Konya



- Tarih, kültür ve inanç merkezi olması (Mevlâna, Çatalhöyük, Kilistra, Silles, Beyşehir, İvriz)
- Selçuklu başkenti olması
- Kolay ulaşılabilirliği
- Ender bulunan doğa oluşumlarına sahip olması (Meke ve Tuz Gölleleri, Obruklar, Tınaz Tepe Mağarası)
- Konya mutfağı ve folklorik değerleri

RİSKLER



Dünya

- Ekonomik krizler
- Savaşlar
- Ekolojik sorunlar: Küresel ısınma ve İklim değişikliği
- Küreselleşmenin benzeşme kültürü olarak ortaya çıkması
- **Türkiye**
- Tarihi ve kültürel değerlerin yeterince koruma altına alınmamış olması
- Turizm sektörünün geç gelişme göstermesi (1980li yıllar)
- Nitelikli eleman sorununun yaşanması
- Tanıtım eksikliği
- Sektör içi iş birliğinin güçlü olmaması (fiyat belirleme, kalite standartları vb.)

Konya

- Hava yolu ulaşımının yetersiz olması
- Günöbirlik destinasyon merkezi olarak görülmesi
- Konaklama olanaklarının geç gelişmesi
- Turizm çeşitliliğinin olmaması
- Tanıtım eksikliği



TURİZM FAKÜLTESİ

ARTI VE EKSİLERİ

Artılar

- Köklü üniversite içinde yer alması
- Yeni ve dinamik bir kurum olması
- Turizm kökenli akademisyenlerin fazla olması
 - Coğrafi konumu
 - Bütünleşik yaşam alanı
 - Huzurlu kent ve kampüs
 - Erasmus
- Konya'nın turistik değerlerini öne çıkaran projelerin yürütülmesi
 - Yüksek Lisans programlarının olması

TURİZM FAKÜLTESİ



Eksiler

- Fiziksel altyapının yetersiz olması (Bina v.s)
 - Yeni kurulmuş bir yüksekokul olması
- Ara eleman ve yardımcı personel sayısının azlığı
- Uygulama olanaklarının azlığı (uygulama oteli, uygulama mutfağı gibi)

TURİZM FAKÜLTESİ



STRATEJİK YAPILANMA

Vizyon

Turizm sektöründe yenilikçi, rekabetçi, girişimci meslek mensuplarını yetiştirmek; turizm sektörüne yönelik bilimsel çalışma ve projelere öncü olmak; küresel gelişmelere uygun eğitim programlarıyla turizm sektörü için referans/ekol/okul olmak.



Misyon

1. Bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimine katkı sağlayabilecek insan kaynağı sağlamak;
2. Bilimsel araştırmalarla turizm boyutuyla toplumsal ve ekonomik gelişmeye katkı sağlamak;
3. Girişimci ve nitelikli turizm profesyonelleri yetiştirmek;
4. Yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde tercih edilebilirliği arttırmak.
5. Lisans ve lisansüstü eğitimde kaliteyi arttıran; uluslar arası akreditasyonu sağlayan saygın bir kurum olmak;
6. İlgili paydaşlarla yoğun bir etkileşim ve işbirliği üreterek, çok yönlü ve yaygın katmadeğer üretmek.

Ana Amaçlar



- Uluslararası eğitime elverişli bir öğrenme ortamı oluşturmak;
- Lisans ve yüksek lisans seviyesinde dünya standartlarına uygun, kaliteli öğrenciler yetiştirmek;
- Turizm alanında ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli projelerde yer almak;
- Nitelikli bilimsel yayınlarla tanınırlığı artırmak;
- Bologna sürecini tamamlamak (akreditasyonlar);
- İhtiyaçlara uygun yeni bölümler açmak;
- Yazılı ve görsel medyada görünürlüğü artırmak;
- Fiziki ve teknik alt yapıyı tamamlamak;
- Sektör paydaşlarıyla işbirliğini arttırmak;
- Kurumsal, hesap verebilir, saydam, katılımcı bir yapı oluşturmak;
- Konya ve Selçuk Üniversitesi'nin tarihi ve kültürel birikimini dikkate alarak turizm alanında öncü olmak

STRATEJİK YAKLAŞIM



- Öğrencilerin projelerde aktif katılımcı olarak yer almasının sağları
- Uluslararası öğrencilere hitap edebilecek altyapı çalışmalarının yürütülmesi
- Öğrencilerin uyum problemlerine yönelik çalışmalar yapılması
- Bilgi teknolojilerinin kullanımını sağlayarak turizm sektöründeki gelişmeleri takip etmek
- Kurum paydaşları arasındaki iletişimin kuvvetlendirilmesi
- Örgütsel iklim ortamının yaratılması
- Akademik yayınların web ve diğer görsel ortamlarda paylaşılması
- Yayın ve atıf desteği alan öğretim elemanlarına pozitif ayrımcılık yapılması
- Başarılı öğrenciler için ödül sisteminin geliştirilmesi
- Yerli ve yabancı üniversitelerin turizm bölümleri ile işbirliği yapma
- Kurumsal kimlik çalışması (Kurumsal dizayn ve kurumsal iletişim faaliyetleri)
- Sosyal sorumluluk projelerinin yapılması
- Paneller, sempozyumlar, dış paydaş eğitim programları ve bilimsel araştırmaların teşvik edilmesi
- Seçmeli yabancı dil derslerinin artırılması



YÖNETİM YAKLAŞIMI

- Öğrenci Odaklı

- Öğrencilere nitelikli danışmanlık hizmeti

Turizm sektöründe marka olmuş işletme yetkililerinin davet edilmesi

Sektör, STK, resmî kurumlarla düzenli iletişim

- Verimsizliklerin azaltılması, sinerjinin arttırılması

- Paylaşmayı öğrenme ve birlikte geliştirme

- Kurumsallaşma

- Öz eleştiri yapabilme

- Strateji ve Planlamada Süreklilik

- İmaj/algı yönetimi

- Kurumsallaşmanın hızlandırılması

- İç iletişim kanallarının geliştirilmesi

- Oryantasyon: Öğretim Görevlileri, Öğrenciler