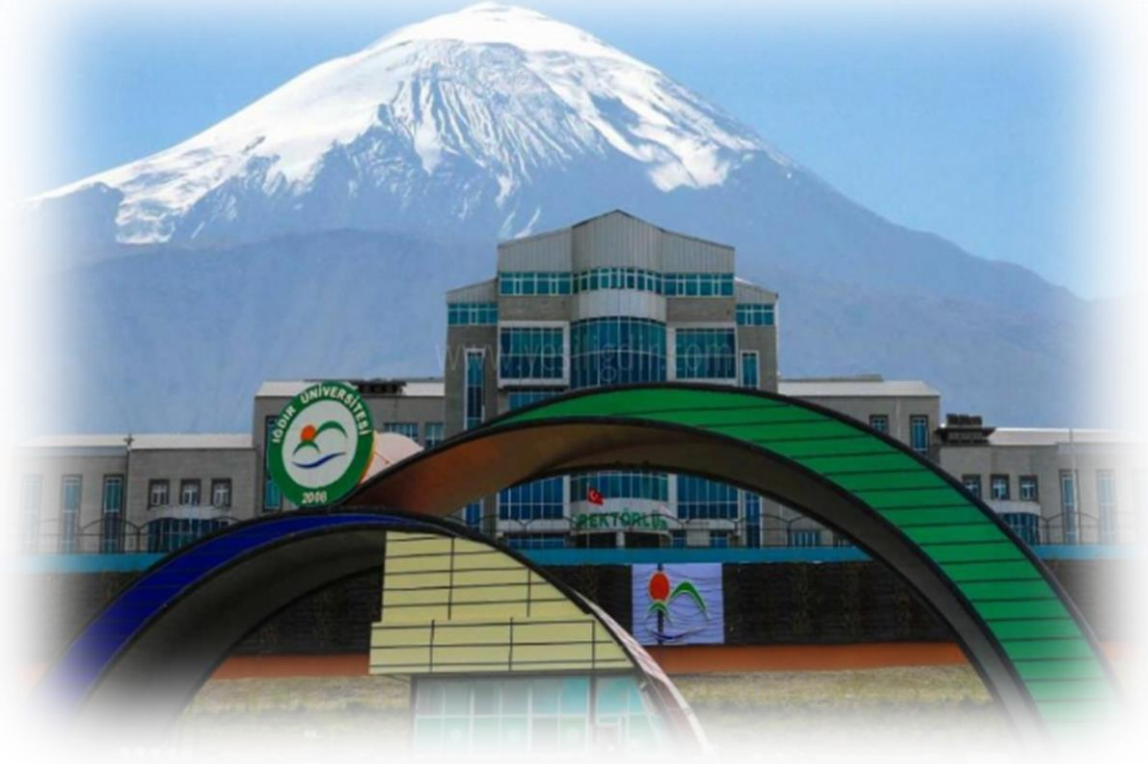


İĞDIR ÜNİVERSİTESİ
UYGULAMALI BİLİMLER YÜKSEKOKULU
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ



GENEL BİLGİ



Yeni teknolojilerin hayatın her alanını etkilediği, rekabetin yoğunlaştığı, mecraların çeşitlendiği ve çoğaldığı günümüzde, ticari ve sosyal kurumlar için tüketiciler ve diğer tüm paydaşların ilgisini çekebilmek ve beğenisini kazanmak, etkin iletişim becerileri gerektiriyor. Buna paralel olarak, reklam ve halkla ilişkiler sektörlerinde ve iletişimin diğer farklı alanlarında, yetkin ve profesyonel iş gücüne olan ihtiyaç da her gün artıyor.

Iğdır Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, öğrencilerine iletişimin temel ilkeleri üzerine kurulmuş güncel bir eğitim sunarak, iletişim, tanıtım, reklam, pazarlama, halkla ilişkiler kavramlarına ve teorilerine hâkim, yeni iletişim teknolojilerini stratejik bir şekilde kullanabilen, bilgisini iş dünyasında her türlü iletişim çalışmasıyla uygulamaya geçirebilecek yeteneğe sahip öğrenciler yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Programın amacı, giderek artan küresel rekabette yerel ve global pazarlarda başarılı olacak tanıtım, reklam ve halkla ilişkiler alanında eğitilmiş, stratejik düşünebilen, bilgili, yenilikçi, takım çalışmasına yatkın ve yabancı dil becerileri gelişmiş iletişimciler yetiştirmektir.

MİSYON

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık sektörünün hızla değişen dinamiklerine uyum sağlayabilen, dijital teknolojileri kullanabilen, öğrenme ve üretme odaklı, analiz etme becerisi yüksek, toplumsal sorunlara duyarlı ve sorunların nedenlerini ve çözüm yollarını belirlemede aktif rol alabilen, mesleki ahlaka sahip insanlar yetiştirmek; kurumun ilkeleri doğrultusunda rekabet gücü yüksek bir bölüm olmak; ayrıca yenilikçi, yaratıcı, çözüm üreten ve sorgulayan, topluma ve çevresine duyarlı çalışma tarzlarıyla sektörde aranan uzmanlar yetiştirmektir.

VİZYON

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanında bilgi ve iletişim çağına uygun öğrenme, üretme ve uygulama becerilerine sahip yüksek nitelikli halkla ilişkiler uzmanları yetiştirmek; uluslararası düzeyde kabul gören, nitelikli bilimsel çalışmalar yapılarak araştırma sonuçlarının toplum yararına dönüştürülmesi amaçlanmaktadır.

TARİHÇE



Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü ve Anabilim Dalı 2547 Sayılı Kanun'un 2880 Sayılı Kanun'la değişik 7/d-2 maddesi uyarınca, 30.10.2018 tarihli Yükseköğretim Genel Kurulu Toplantısında alınan kararla kurulmuştur. Lisans düzeyinde eğitime 2019-2020 öğretim yılından itibaren başlamıştır.

EĞİTİM-ÖĞRETİM FAALİYETLERİ



Eğitim-öğretim dili Türkçe olan Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünün Yükseköğretim Kurumları Sınavı (YKS) merkezi yerleştirme öğrenci kontenjanları; 2019-2020 eğitim-öğretim yılı için 40+1; 2020-2021 eğitim-öğretim yılı için 50+1 ve 2021-2022 eğitim-öğretim

yılı için 60+2 olarak belirlenmiştir. Ayrıca, ön lisans mezuniyet alanına göre dikey geçiş yapabilecek bölümlerden mezun olanlar için 2021-2022 eğitim-öğretim yılından itibaren Dikey Geçiş Sınavı (DGS) ile kayıt olanağı getirilmiştir. DGS ile merkezi yerleştirme öğrenci kontenjanları; 2021-2022 eğitim-öğretim yılı için 4 kişi olarak belirlenmiştir.

Sekiz yarıyıllık bir eğitim-öğretim faaliyetini içeren Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünün müfredatı aşağıdaki gibidir.

1. YARIYIL	2. YARIYIL
İletişim Bilimine Giriş	Dijital Okuryazarlık
Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar	İşletme ve Yönetim
Siyaset Bilimi	Halkla İlişkiler Uygulama Teknikleri
Genel Ekonomi	Hukukun Temel Kavramları
Sosyoloji	Örgütsel İletişim
Psikoloji	Sosyal Psikoloji
Kariyer Planlama	Pazarlama
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II
Türk Dili-I	Türk Dili-II
Yabancı Dil-I	Yabancı Dil-II
Kariyer Planlama	
3. YARIYIL	4. YARIYIL
Yeni İletişim Teknolojileri	Maliyet Muhasebesi
Sözlü ve Sözsüz İletişim	Halkla İlişkiler Yönetimi
Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri	Kurumsal İletişim
Stratejik İletişim	İletişim Araştırmaları
Marka ve Yönetimi	Reklamcılığa Giriş
Bütünleşik Pazarlama İletişimi	Halkla İlişkiler ve Reklam Yazarlığı
Seçmeli Dersler Grubu-I	Seçmeli Dersler Grubu-II
	İş Güvenliği ve Sağlığı
5. YARIYIL	6. YARIYIL
Reklam Stratejileri	İletişim Bilimlerinde Uygulamalı İstatistik Teknikleri
Grafik Tasarımı-I	Grafik Tasarımı-II
İletişim Kuramları-I	İletişim Kuramları-II
Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar	Tüketici Davranışları
Temel Fotoğrafçılık	Fotoğrafçılık Uygulamaları
Halkla İlişkiler Stratejileri	Medya Planlama
Seçmeli Dersler Grubu-III	Seçmeli Dersler Grubu-IV
7. YARIYIL	8. YARIYIL
Video ve Web Yayıncılığı-I	Video ve Web Yayıncılığı-II
Kamu Kurumlarında Halkla İlişkiler	Kurum ve Kuruluşlarda İletişim ve Reklamcılık
Medya Okuryazarlığı	Reklamcılık Uygulamaları
Halkla İlişkiler Araştırmaları ve Kampanya Analizi	Reklamcılık Kampanyaları ve Analizi
Mesleki Uygulama-I	Mesleki Uygulama-II
Seçmeli Dersler Grubu-V	Seçmeli Dersler Grubu-VI

Ayrıca, öğrencilerin talepleri halinde anlaşma dahilindeki ilgili bölümler ile çift anadal ve yandal programlarına kayıt olma olanakları bulunmaktadır.

SAĞLIK, SPOR VE KÜLTÜREL FAALİYETLER

Üniversitemiz Şehit Bülent Yurtseven Kampüsü içerisinde merkez kütüphane; atletizm, basketbol, tenis ve futbol halı sahaları; öğrenci gruplarının farklı etkinlikler düzenleyebileceği seyir tepesi ve mesire alanı; sağlık hizmetlerinin sunulduğu mediko-sosyal binası yer almaktadır. Bununla birlikte, öğrenci toplulukları aracılığıyla kültürel, sanatsal ve sportif faaliyetler de gerçekleştirilmektedir.

İSTİHDAM OLANAKLARI



Bu bölümden mezun olan öğrenciler halkla ilişkiler departmanları, kurumsal halkla ilişkiler departmanları, pazarlama departmanları, iletişim departmanları, reklam bölümleri, reklam ajansları, dijital reklam ajansları, medya ajansları ve danışman ajanslar, dijital yayıncılık bölümleri, organizasyon şirketlerinde ilgili departmanlar, medya planlama kuruluşları, müşteri temsilcilikleri, müşteri ilişkileri departmanları, kurumların medya ile bağlantısını sağlayan medya ilişkileri veya metin yazarlığı pozisyonları ve iletişim danışmanlığı alanlarında çalışma imkânı bulabilirler. Günümüzde firmaların en aktif bölümleri pazarlama ve satış departmanlarıdır. Bu bölümlerde profesyonel olarak çalışacak bireylere her zaman ihtiyaç duyulur. Gerekli eğitimini tamamlamış olan reklam ve halkla ilişkiler mezunu bireyler ilgi alanlarına göre sektör belirleyerek, firmalara başvuru yaptıklarında kısa sürede iş bulabileceklerdir. Ülkemizde ve dünyanın tüm ülkelerinde en fazla iş imkânı olan meslek grubudur

SWOT (GZFT) ANALİZİ



A. Strengths (Güçlü Yönler)

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünün güçlü yönlerini şöyle sıralayabiliriz:

- 1) Bölgede bu alanda eğitim veren fakülte ve yüksekokul sayısının azlığı,
- 2) Reklamcılık eğitiminin ülke çapında yaygınlık kazanmasına duyulan gereksinim,
- 3) Iğdır İlinin sınırda yer alması ve farklı ülkelerden ve kültürlerden gelen öğrenci taleplerini karşılayabilmesi,
- 4) Öğrenci potansiyelinin güçlü olması,
- 5) Bölümün birçok yönden öğrenciler için tercih sebebi olması ve kontenjan doluluğu ile bu alandaki yetişmiş insan gücüne olan talebin fazlalığı programın güçlü yönlerini belirgin bir şekilde ortaya koymaktadır.

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünün güçlü yanlarının artırılmasına yönelik gelecekte aşağıdaki çalışmaların yapılması da planlanmaktadır.

- 1) Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü akademik kadrosunun gerek nicelik gerekse nitelik yönünden daha da güçlendirilmesi,
- 2) Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünde lisansüstü eğitim programlarının açılması,
- 3) Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünün akreditasyon sürecinin başlatılması.

B. Weaknesses (Zayıf Yönler)

2019-2020 eğitim-öğretim yılından itibaren Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünün doluluk oranına ve öğrenci sayısının yıllar itibariyle artışına bağlı olarak derslik ve diğer fiziki alanlar yetersiz kalmıştır. Öğrenci sayılarını artışına bağlı olarak yeni derslik ve diğer fiziki alanların yapımları devam etmekte olup daha uygun ve ferah fiziki alanlar inşa edilmektedir.

C. Opportunities (Fırsatlar)

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü mezunlarının özellikle özel sektörde ve kamu kurumlarında halkla ilişkiler faaliyetlerinin gerçekleştirebilmeleri, halk eğitim ve meslek liselerinde bulunan bir alan olarak öğretmenliğe kaynak içermesi, piyasada rekabet halinde bulunan birçok kurumun düşük bütçe ayırarak kamuoyunda bilinmek istemeleri gibi nedenler önemli bir fırsat olarak değerlendirilmektedir.

D. Threats (Tehditler)

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümüne ilişkin güçlü yönler ve fırsatlar dikkate alındığında, bölümün önemli bir tehditle karşı karşıya olmadığı ifade edilebilir. Ayrıca, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünün, öğrenci kontenjanları ile bu kontenjanların tercih edilirliliği ve doluluk oranları bakımından ön sıralarda yerini almış olması noktasında bölümün gelecekte herhangi bir tehditle karşı karşıya kalmasının söz konusu olmayacağı değerlendirilmektedir.