

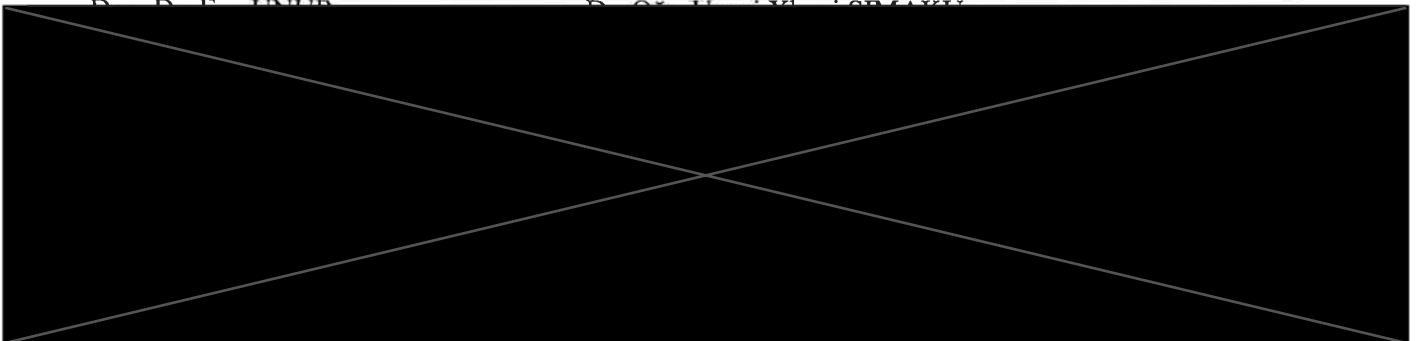


HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
İŞLETME FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ

Dış Paydaşlar Toplantı Tutanağı

21.04.2022

İstanbul



Çalıştay Gündemi

- 1- Dış paydaşların bölümümüz müfredatındaki dersler ile bir halkla ilişkiler mesleğinde çalışanlardan bekledikleri ya da ihtiyaç duydukları, eksikliğini gördüğü konular, eklenmesini istediği dersler, çıkarılması gereken dersler üzerinde değerlendirmeleri
- 2- Bölüm öğretim elemanlarının görüş ve değerlendirmeleri

Katılımcıların Görüşleri

Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nden Dr. Öğretim Üyesi [REDACTED] müfredatın oldukça göz doyurucu olduğundan bahsederek, verilen emeklerden ötürü teşekkürlerini dile getirmiştir. Özellikle staj dersinin farklı kategorilere ayrılmasının güzel bir uygulama olduğundan bahseden [REDACTED] STK'larda iletişim mezunları için önemli bir istihdam potansiyelinin mevcut olduğunu dile getirerek, staj kategorilerine STK Stajı'nın da eklenmesini önermiştir. Alan seçmeli ders kategorisinde ise Alternatif Medya ile Medya ve Toplumsal Hafıza veya Medya ve Kolektif Bellek gibi derslerin eklenmesinin çeşitliliği artıracığını ifade etmiştir. Son olarak günümüzde sağlık iletişiminin çok önem kazanmasından ve bu alanla örtüşmesinden dolayı Kültürlerarası İletişim dersinin seçmeli kategorisinden zorunlu derse çevrilmesini tavsiye etmiştir.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nden Öğretim Görevlisi [REDACTED] ders programı hakkında iyi yorumlarda bulunmuş ve staj çeşitliliğinin iyi olduğunu belirtmiştir. Seçmeli ders havuzunun çok geniş olduğunu ifade eden [REDACTED] öğrencilerin akıllarının karışmaması için danışmanlara bu noktada çok büyük görev düştüğünden bahsetmiş ve ileride uzmanlaşmak istedikleri alan doğrultusunda öğrencilere ders seçmelerinde yardımcı olunması gerektiğini ifade etmiştir. Buna ek olarak seçmeli ders havuzunun modüler olması gerektiğini ve alana dair uzmanlık gerektiren bazı seçmeli derslerin zorunlu olması önerisini dile getirmiştir.

Halkla İlişkiler Uzmanı [REDACTED] sağlık sektöründe çalıştığını belirterek bu alan açısından bakıldığında uzmanlaşmanın çok önemli olduğunu söylemiştir. Gazetecilikte bunun mümkün olduğunu ancak halkla ilişkilerde zor olduğunu dile getirmiştir. Sağlık sektöründe bunu yaşayarak gördüğünü, özellikle dijital boyutta deneyim ettiğini aktarmıştır. Ayrıca sağlık turizminden söz ederek, yurtdışında basın ayağında doktor tanıtımı sürecinden bahsetmiştir. Öğrencilerin sağlık turizmi ve hastanelerin tanıtımı gibi belirli spesifik konularda pazarlama iletişimini bilmeleri gerektiğini ifade etmiştir. Bu çerçevede sağlık, eğitim, kültür-sanat, spor alanlarında uzmanlaşma önerisinde bulunmuştur. [REDACTED] bunlara ek olarak, kurgu yapımının bilinmemesi sorunundan hareketle kurgu eğitimi verilmesi gerektiğini ve özellikle de kriz yönetimi konusuna ağırlık verilmesi gerektiğini belirtmiştir.

İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nden Dr. Öğretim Üyesi [REDACTED] yoğun bir müfredat programına sahip olduğumuzu belirtmekle birlikte bazı düzenlemeler gerektiğini dile getirmiştir. Kurgu gibi bazı derslerin iletişim fakültelerinde hangi bölüm olursa olsun en geç 2. yılın başından itibaren verilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Alan ayırt etmeksizin görsel boyutun dışlanamayacağını vurgulayarak, bunun

dışlanması durumunda bir eğitim vermenin çok zor olduğunu söylemiştir. Halka ilişkiler bölümünde mutlaka 2. yılın ilk döneminde bu eğitimin verilmesi gerektiğinin altını çizmiştir. Kurgu, kamera, fotoğrafçılık gibi derslerin 3 veya 4. sınıflara bırakılması durumunda bu bilgiler kampanya çalışmalarında kullanılacağı için eksik kalma sorununun olacağını hatırlatmıştır. [X] ayrıca bir atölye kurulması gerektiğini de ifade etmiştir. İstanbul Aydın Üniversitesi örneğinden söz ederek bu tarz bir atölyenin bölüme olan aidiyeti ilk sınıftan itibaren güçlendirdiğini belirtmiştir. Öğrencilerin YÖK dersleri nedeniyle alan derslerini ileride almak zorunda kaldıklarını belirterek, ilk 2 yıl öğrenci yakalanamazsa bunun ilerleyen aşamada zorlaşabileceğini ifade etmiştir. Bu anlamda Kısa Film atölyesi gibi bir örneğin bir çözüm önerisi olabileceğini paylaşmıştır. [X] Etik dersinin ise ilerleyen yıllarda verilmesinin daha doğru olabileceğini önermiştir. Medyanın ne olduğu ve ilişki biçimlerinin öğretilip, ardından biraz da halkla ilişkiler bilindikten sonra bu derse geçmenin daha yerinde olabileceğini paylaşmıştır. Ayrıca İstanbul Aydın Üniversitesi'ndeki PR Atölye dergisinden de söz ederek bu yapının rektörlükten bağımsız, kendi kaynaklarıyla faaliyet yürütmekte olduğunu belirtmiştir. Amacın halkla ilişkiler sektörüne katkı vermek olduğunu ekleyerek bu dergiye istediğimiz halinde bölüm olarak destek verebileceğimizi paylaşmıştır. [X] son olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk veya Kampanya Tasarımı gibi derslerde yerel yönetimlerle işbirlikleri yapılıp saha çıkılması tavsiyesinde bulunmuştur.

Haliç Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nden 2021 yılında mezun olan [X]

[X] Yüksek lisansta iletişim tarihi konusunun eksikliğini duyduğunu ama onun dışında bölümümüzde tüm alan ve kuram derslerinin kendisini yüksek lisansa iyi hazırladığını söylemiştir. Sosyal Medya Yönetimi ders önerisinde bulunarak, bu dersin daha çok markaların imaj ve itibar yaratmaları düzeyinde gösterilebileceğini ifade etmiştir. Sağlık iletişiminin öneminden bahsederek, alanda sertifikalı çalışan istendiğini ve bu yönde boşluk olduğunu paylaşmıştır. Ajans Yönetimi dersi önerisinde bulunan [X] öğrencilerin 4 yıl boyunca her sene gidip çalışabileceği bir ajansla anlaşılabilirliğini ve staj sürelerinin artırılması gerektiğini belirtmiştir. Proje Yazımı dersi, [X] ün bir başka önerisi olmuştur. Bu konunun alanda çok talep edildiğini ve öğrencilerin hem bu konuda hem de ajans yönetimi konusunda yönlendirilmesinin iyi olabileceğini aktarmıştır.

Marqistanbul Ajans Başkanı [X] Halkla ilişkiler alanında çalışmaya başladığında gördüğü şeyin müşteri ilişkilerinin fark edilmemiş olması olduğunu belirterek, müfredata Müşteri İlişkileri Yönetimi dersinin eklenmesi gerektiğini aktarmıştır. Medya iletişimi konusunda öğrencilerin uzmanlaşması gerektiğini savunan [X] bu anlamda dijital PR ve sosyal medya konularına ağırlık verilmesinin önemini ifade etmiştir. Öte yandan STK'ların işleyişinin halkla ilişkiler profesyoneli için önem bir konu olduğunu vurgulayarak, öğrencilere sivil toplum kuruluşlarının işleyişinin öğretilmesi gerektiğini belirtmiştir.

3D İletişim Ajans Başkanı [X] Kurgu ve sağlık iletişiminden ziyade en temelde daha basit ihtiyaçların var olduğunu vurgulamıştır. Öğrencilerin kendilerini ifade etmekte yetersiz kaldıklarını, resmi yazışma yapamadıklarını, mail atmayı bilmediklerini; bu sebeple de kuramsal derslerin yanında en temel sözlü ve yazılı iletişim biçimlerinin nasıl yürütülmesi gerektiğinin öğrencilere öğretilmesi gerektiğini ifade etmiştir. İletişimin temel prensiplerine ek olarak, öğrencilere medya iletişimi, müşteri ilişkileri, kişisel marka iletişimi, gündem yönetimi ve kriz yönetimi konularının derinlemesine ve uygulamalı olarak öğretilmesi

gerektiğini paylaşmıştır. Bu bağlamda bir ajans kurup, öğrencilerin gerçek müşterilere hizmet vermesi olanağının sağlanması önerisinde bulunmuştur.

İstanbul Siyasal ve Toplumsal Araştırmalar Derneği (İSTDER) Başkanı Dr. [REDACTED]

[REDACTED] halkla ilişkiler ve STK ilişkisinin öğrencilere öğretilmesi gerektiğini belirterek; Dr. Öğretim Üyesi [REDACTED] gibi STK Stajı dersinin müfredata eklenmesini önermiştir.

Haliç Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Danışma Kurulu Üyesi [REDACTED] öğrencilerin veya yeni mezunların temel iletişim becerilerindeki eksikliklerini ifade etmiştir. Entelektüel bilginin tabiatıyla önemli olduğunu ama temel iletişim becerilerine yönelik derslerin yoğun bir talep olarak görüldüğünü paylaşmıştır. [REDACTED] artık medya ve müşteri ilişkileri ayrımının kalktığını; bunların artık “account” olarak birleştiğini ve sektörün tüm bunları aynı anda yapabilecek eleman aradığını ifade etmiş; bu anlamda Sunum Teknikleri, Proje ve İçerik Yönetimi gibi derslerin de uygulamalı olması gerektiğini dile getirmiştir. Dolayısıyla sektörel ve uygulamalı derslere ağırlık verilmesi, öğrencilere basın daveti yazımı, proje yönetimi gibi pratikler kazandırılması gerektiğini savunmuştur. STK konusunda bilgili ve yetenekli iletişimcilere yönelik ihtiyacın arttığını belirterek Kamusal Halkla İlişkiler dersi kapsamında iletişim süreçlerini yürüttüğü Tohum Otizm Vakfı olarak gönüllü ders verebileceklerini ifade etmiştir. Son olarak öğrencilerin Office programlarına hâkim olmasını hususunu vurgulamıştır.

TRT Spor İzmir Muhabiri [REDACTED] Halkla ilişkiler alanındaki görüşmecilere bakıldığında farklılık yaratan hususun sponsorluk konusunda proje üreten ve temsilcisi olduğu yere sponsor kazandırılanlar olduğunu, bunun makbul görüldüğünü belirtmiştir. Programlar ve dijitallik konusunda ise bir fikir üretilmediğini ifade etmiştir. Sponsorluk konusunda proje üretmenin aşamaları, eylem planı ve dosyanın oluşturulmasının öneminden söz etmiştir. Teker, fayda konusunda felsefi göndermeleri olan bir derse ihtiyaç olabileceğini ifade ederek, bu kavramdan “fırsatçılığın” değil, yapılan bir işin geri dönüşünün düşünülmesi gerektiğini vurgulamıştır. Her gün oluşabilecek yeni durumlara göre refleks gösterebilen öğrencilerin yetiştirilmesini gerekli görüldüğünü paylaşmıştır.

Altınbaş Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü’nden Dr. Öğretim Üyesi [REDACTED], teorik ve pratik eğitimin bir arada olması gerektiğini vurgulayarak, seçmeli derslere sektörel iş insanlarının davet edilmesinin önemli olduğunu belirtmiştir. Arel Üniversitesi’nde çalıştığı dönemde “markalı dersler” verdiklerini ve bu derslerden aldıkları geri bildirimlerde pazarlama iletişimi süreçlerinin yeteri kadar uygulamaya dönük olmadığını gördüklerini ifade etmiştir. Bu işin felsefesinin yanı sıra uygulamasının da önemli olduğunu dile getirmiştir. Dijital pazarlamanın somut olarak Instagram gibi örnekler içermesinin önemine değinmiştir. Bunlara ek olarak sosyal gelişim, sosyal beceriler, analitik düşünme ve veri analizi konularında öğrencilere yetkinlik kazandıracak derslerin içeriklerinin yeniden düzenlenmesi gerektiğini belirtmiştir. Son olarak müfredatın yeterli olduğunu ancak Medya Planlaması ve Bütçe dersinin eklenmesinin verimli olacağını savunmuştur.

NATUS İletişim Ajansı Kurucu Ortağı ve Yöneticisi [REDACTED] İletişim Fakültesi mezunları için en temelde üç şeye ihtiyaç duyulduğunu belirterek bunların stratejik bakış açısı, içerik ve iyi bir hikâye ile bunun kitlelere ulaştırılması olduğunu vurgulamıştır. Bu üç şeyin

sadece eğitimci tarafından verilemediğini anımsatarak uygulama ile ve üniversite-sektör işbirliğiyle bunun gerçekleştirilebileceğini dile getirmiştir. Atölye çalışmalarının artırılabilirliğini, staj süresinin uzatılabilirliğini önermiştir. Ayrıca, değişen medya düzeni bağlamında hibrit düzen ve buna dönük iletişim taktiklerinin eklenebileceğini paylaşmıştır. Her bir markanın birer medya kanalı kurmakta olduğunu, medya düzeninin biraz da böyle değiştiğini ifade etmiştir. Tuğrul Yüksel, bunlara ek olarak SEO temelli metin yazma ve SEM aracılığıyla pazarlamanın yine önemli hususlar olduğunu, buna dönük dersler olabileceğini önermiştir. “Dijital Pazarlama”, “Sosyal Medya Yönetimi”, “Dijital İçerik Yönetimi” gibi derslerin zorunlu olabileceği önerisinde bulunmuştur. Ayrıca, “Müşteri Yönetimi”nin çok önemli olduğunu ve veri analizi bağlamında müfredatta kendisine yer bulabileceğini paylaşmıştır.

Kararlar ve Eylem Planı

1. Yapılan görüşmeler neticesinde, aşağıda isimleri belirtilen derslerin müfredata eklenmesi için Bölüm Kurulu’nda görüşülmesi önerilmiştir.
 - STK Stajı
 - Alternatif Medya
 - Medya ve Toplumsal Hafıza / Medya ve Kolektif Bellek
 - İletişim Tarihi
 - Sosyal Medya ve Toplumsal Dönüşüm
 - Ajans Yönetimi
 - Proje Yazımı
 - Müşteri İlişkileri Yönetimi
 - Liderlik İletişimi
 - Kişisel Marka İletişimi
 - Gündem Yönetimi
 - Medya Planlaması ve Bütçe
2. Dış Paydaş önerileri doğrultusunda ders önerilerine ek olarak ders içeriklerinin “temel iletişim becerilerini geliştirecek” biçimde gözden geçirilmesi uygun bulunmuştur.
3. Alan dışı seçmeli derslerde öğrencileri kurgu, kamera, fotoğrafçılık gibi daha teknik derslere yönlendirilmesi olumlu karşılanmıştır.
4. Uygulama derslerinin sayısının artırılması ve Office programlarının öğretilmesine yönelik derslerin müfredata eklenmesi olumlu karşılanmıştır.
5. Uygulamaya dönük atölye eğitimlerinin artırılması, öğrencilerin uygulama yapabilecekleri Halkla İlişkiler Ajansı kurulması ve dergi çıkarılması konusunda çalışmalara başlanması uygun bulunmuştur.
6. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kampanya Tasarımı gibi derslerde yerel yönetimlerle veya STK’larla iş birliklerinin kurulmasına yönelik çalışmalar yapılması uygun görülmüştür.

Sonuç

Toplantıya katılan tüm paydaşlarımız müfredatımızla ilgili çalışmaların umut verici olduğunu ve bu yönde daha iyi gelişmeler kaydetmek için, sektör-akademi etkileşimini de ön plana çıkararak bu tür buluşmaların önemli olduğunu kaydetmişlerdir. Bu bağlamda sivil toplum kuruluşları ile ilgili ders ve uygulamaları, alternatif medya pratikleri, halkla ilişkiler

ajanslarındaki yönetim, müşteri ilişkileri ve medya planlaması gibi faaliyetlere dair ders önerileri katılımcılarımızın ön plana çıkardıkları hususlar olmuştur. Bu yöndeki ders önerilerine, mevcut bazı seçmeli derslerimizin halkla ilişkiler faaliyetleri yönündeki öneminden ötürü zorunlu hale getirilmesi eşlik etmiştir. Öğrencilerin halkla ilişkiler kampanya ve medya süreçlerini yürütebilmeleri için gerekli olan kurgu, kamera ve fotoğrafçılık gibi teknik boyuta ilişkin bilgilerinin uygulamalı olarak güçlendirilmesi de güçlü bir biçimde dile getirilmiştir. Bu yöndeki uygulamaları daha kapsayıcı bir biçimde düzenlemek ve dahası öğrencilerin henüz eğitim aşamasında bir ajans atmosferini tecrübe edebilmeleri için Halkla İlişkiler Ajansı kurulması ve dergi çıkarılmasına ilişkin olanaklar ve uygulamalar ele alınmıştır.

Yukarıda anılanlara ek olarak halkla ilişkiler sektöründe çalışan paydaşlarımızın üzerinde durduğu önemli bir husus öğrencilerin temel iletişim becerilerinin geliştirilmesi hakkındadır. Ajans süreçleri hakkında bilgi, e-mail yazımı, Office programlarının kullanılması, dil ve hitabet gibi konularda öğrencilere güçlü bir temel verilmesi üzerinde mutabık olunan bir başka gündem olarak toplantıda ele alınmıştır. İç Paydaşlar Çalıştayı neticesinde dile getirilen öneriler, bu toplantıdaki önerilerle birlikte ele alınarak müfredat değişikliklerine nihai halini vermek üzere çalışmalara başlanması kararlaştırılmıştır.

21.04.2022 TARİHLİ DIŞ PAYDAŞLAR ÇALIŞTAYI İMZA TUTANAĞI

