



TOPLANTI TUTANAĞI

Tarih: 24/03/2025	Saat: 20:30-22:45	Yer: Çevrimiçi (ZOOM)
Toplantının Türü	Reklamcılık Bölümü Dış Paydaş Toplantısı	
Toplantının Konusu	Ders Müfredatı ve Öğretim Amaçlarının İyileştirilmesinde Dış Paydaşların Görüş ve Önerileri	
Toplantı Başkanlığı	Reklamcılık Bölüm Başkanlığı	
Toplantı Başkanı	Prof. Dr. Aşina Gülerarslan ÖZDENGÜL	
Raportör	Öğr. Gör. Dr. Ömer KAVRAR	

Gündem Başlıkları

1-	DIŞ PAYDAŞLARIN (REKLAM AJANSLARI VE MARKA TEMSİLCİLERİ) GENÇLERİN İSTİHDAMINA YÖNELİK BEKLENTİLERİ
2-	MEZUN ÖĞRENCİLERİN REKLAMCILIK BÖLÜMÜ EĞİTİM/ÖĞRETİM SÜRECİNE İLİŞKİN İYİLEŞTİRME GÖRÜŞLERİ
3-	

Toplantıya Katılanlar

	Ad/Soyad	Unvan	Görev	Kurum
1-	Doğukan GEDİK		Metin Yazarı	PRA AJANS/Konya
2-	Tuncay TEMİZ		Yönetim Kurulu Bşk.	POST AJANS/Konya
3-	Biröl ECEVİT		Business Director	RAFİNERİ AJANS/İstanbul
4-	Rasime YILMAZ	Doç.Dr.	Pazarlama Müdürü	Kızılay İçecek A.Ş.
5-	Huri Deniz KARCI		Öğretim Üyesi	KTO Karatay Üniversitesi
6-	Derya Canan SÜTER		Marketing Director	SINOZ Kozmetik
7-	Harun Emre KARADAĞ		Marka Konseyi Genel Sekreteri	Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ajansı
8-	Erhan NUGAY		2021 Mezun Öğrenci	
9-	Aleyna YAŞAR		2024 Mezun Öğrenci	
10-	Aşina Gülerarslan ÖZDENGÜL	Prof. Dr.	Bölüm Başkanı	Selçuk Üniversitesi
11-	Süleyman KARAÇOR	Prof. Dr.	Anabilim Dalı Başkanı	Selçuk Üniversitesi
12-	Duygu AYDIN	Prof.Dr.	Anabilim Dalı Başkanı	Selçuk Üniversitesi
13-	İmran ASLAN	Prof.Dr.	Öğretim Üyesi	Selçuk Üniversitesi
14-	Vesile ÇAKIR	Prof.Dr.	Öğretim Üyesi	Selçuk Üniversitesi
15-	Hüseyin ALTUNBAŞ	Prof.Dr.	Öğretim Üyesi	Selçuk Üniversitesi
16-	Nurullah TERKAN	Doç.Dr.	Öğretim Üyesi	Selçuk Üniversitesi
17-	Güldane ZENGİN	Doç.Dr.	Öğretim Üyesi	Selçuk Üniversitesi
18-	Arzu KAZAZ	Doç.Dr.	Öğretim Üyesi	Selçuk Üniversitesi

19-	Ömer KAVRAR	Öğr.Gör. Dr.	Öğretim Görevlisi	Selçuk Üniversitesi
20-	Mustafa AYDIN	Öğr.Gör. Dr.	Öğretim Görevlisi	Selçuk Üniversitesi
21-	Tarık DOĞAN	Öğr.Gör.	Anabilim Dalı Başkanı	Selçuk Üniversitesi
22-	Sezin DOĞAN	Arş.Gör.	Araştırma Görevlisi	Selçuk Üniversitesi

1.Gündem Başlığı	DIŞ PAYDAŞLARIN (REKLAM AJANSLARI VE MARKA TEMSİLCİLERİ) GENÇLERİN İSTİHDAMINA YÖNELİK BEKLENTİLERİ
Tartışmalar	
Sürekli iyileştirme çalışmaları kapsamında İLEDAK akreditasyon ölçütlerinden “Ölçüt-5: Öğretim Programı” kriterlerine tam uyum sağlanabilmesi için bölüm ders müfredatının güncellenmesi gerekmektedir. Program, iç ve dış paydaşların görüş ve önerileri dikkate alınarak yapılandırılmalı ve belirli aralıklarla güncellenmelidir. Bu kapsamda dış paydaşların “Reklamcılık bölümü mezunlarının” istihdam edilmeleri noktasında hangi kriterleri aradıkları, beklentilerinin neler olduğu tartışıldı.	
Görüş ve Öneriler	
Konuşmalarda, eğitimde teori ve pratiğin bütünleşik bir şekilde ele alınması, yapay zekanın sektördeki rolü, veri odaklı yaklaşımlar ve hikaye anlatıcılığının önemi üzerinde durulmuştur. Bunları ayrı ayrı başlıklarda gruplayacak olursak: Eğitimde Teori ve Pratik Dengesi (Birol Ecevit, Doğukan Gedik, Nurullah Terkan, Vesile Çakır, Güldane Zengin) Katılımcılar, üniversite eğitiminde uygulama derslerinin önemine vurgu yapmıştır. Teorik derslerin tamamlanmasının yanı sıra, deneyimsel pazarlama, marka iletişimi ve reklamcılık gibi alanlarda saha çalışmalarıyla desteklenmiş derslerin öğrencilerin mesleki gelişimlerine katkı sağlayacağı belirtilmiştir. Reklamcılık bölümü öğrencilerine verilebilecek bu dersler şu unsurları içermelidir: Uygulama esaslı yaklaşımlar benimsenmeli. Deneyimsel pazarlama eğitimi verilmelidir. Stratejik düşünme becerileri geliştirilmelidir. Rekabet analizi ve pazar payı değerlendirme konularına yer verilmelidir. Dijital pazarlama alanında başarılı olabilmek için güçlü bir entelektüel altyapıya sahip olmanın önemi vurgulanmıştır. Bu doğrultuda, toplumu ve insan davranışlarını daha iyi analiz edebilmek adına kapsamlı bir temel ders repertuarının gerekliliği ifade edilmiştir. Bu bağlamda, Davranış Ekonomisi dersi de müfredatta önemli bir yer tutmaktadır. Dijital Pazarlama ve Yapay Zeka Kullanımı (Derya Canan Süter, Huri Deniz Karcı, Tuncay Temiz, Doğukan Gedik) Reklamcılık sektörünün büyük bir kısmının veri odaklı hale geldiği ve yaratıcı süreçlerin yapay zeka ile desteklendiği ifade edilmiştir. Bu çerçevede, dijital kampanya oluşturma ve veri analitiği becerilerinin yeni mezunlardan beklenen temel yetkinlikler olduğu belirtilmiştir. Yapay Zeka ve Dijitalleşme ile ilgili müfredata eklenecek hususlarda şu faktörler göz önüne alınmalıdır: Dijital düşünme becerileri ön planda olmalıdır. Yapay zekanın entegre olduğu interaktif uygulamalar geliştirilmelidir. Yapay zekanın etik kullanımı konusunda bilinç oluşturulmalıdır. Doğru yapay zeka araçlarının kullanımı ve veri analitiği eğitimi verilmelidir. Dijital içerik üretimine yönelik becerilerin geliştirilmesinin önemi vurgulanmıştır. Özellikle günümüzde dijital platformların ana mecra haline gelmesiyle, bu alana yönelik eğitimlerin artırılması gerektiği ifade edilmiştir.	

Hikaye Anlatıcılığı ve Deneyimsel Pazarlama (Harun Emre Karadağ, Birol Ecevit, Tuncay Temiz)

Hikaye anlatıcılığı, modern pazarlama stratejilerinin temelini oluşturmaktadır. Markaların müşterileriyle bağ kurma sürecinde hikaye anlatıcılığına büyük önem verdiği ve bu kapsamda deneyimsel pazarlamanın daha fazla vurgulanması gerektiği ifade edilmiştir. Görüşlerden çıkarılan ortak noktalar şöyledir: Deneyimsel pazarlama üzerine dersler açılmalıdır. Hikaye anlatımı ve yapay zeka destekli içerik üretimi öğretilmelidir. Yapay zeka ile hikaye anlatımı konusunda yeni eğitim programları oluşturulmalıdır. Hikaye anlatıcılığı, marka stratejilerinin merkezine yerleştirilmelidir. Reklamcılık mezunlarının sektörde daha başarılı olabilmeleri için sosyolojik ve psikolojik analiz yapabilme yetkinliğine sahip olmaları gerektiği vurgulanmıştır. Bu doğrultuda, eğitim müfredatının bu becerileri destekleyecek şekilde düzenlenmesi önerilmiştir.

Veri Odaklı Reklamcılık ve Dijital Okuryazarlık (Rasime Yılmaz, Duygu Aydın, Erhan Nugay, Aşina Gülerarslan Özdengül)

Veri odaklı marka yönetimi ve reklamcılığın giderek daha fazla önem kazandığı belirtilmiştir. Yeni nesil reklamcılık anlayışında veriye dayalı stratejik kararların önemi vurgulanmıştır. Diğer belirtilen hususlar ise: Veriye dayalı reklamcılık ve marka yönetimi dersleri oluşturulmalıdır. Politik ve dijital okuryazarlık becerileri kazandırılmalıdır. Yapay zeka destekli pazarlama stratejileri geliştirilmelidir. Etik pazarlamanın sadece sektörel bir gereklilik olmadığı, aynı zamanda üniversite mezunlarının sahip olması gereken temel bir bakış açısını oluşturduğu ifade edilmiştir. Bu doğrultuda, sosyal fayda iletişimi ve toplumsal odaklı içeriklerin önemine dikkat çekilmiştir.

Toplantıda öne çıkan görüşler doğrultusunda, eğitim programlarının dijital ve veri odaklı becerilerle güçlendirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

- Üniversitelerde dijital yaratıcılık dersleri açılmalıdır.
- Dijital kampanyalar ve veri analitiği eğitimleri artırılmalıdır.
- Yapay zeka ve etik kullanımına yönelik farkındalık oluşturulmalıdır.
- Deneyimsel pazarlama ve hikaye anlatıcılığı eğitimleri genişletilmelidir.
- Yapay zeka ile entegre reklamcılık uygulamaları geliştirilmeli ve öğretilmelidir.
- Reklamcılık mezunlarının kariyer hedefleri doğrultusunda, metin yazarlığı ve yaratıcı yönetmenlik gibi alanlarda bilgi sahibi olmalarının yanı sıra reklam stratejilerini anlamalarının da büyük önem taşıdığı vurgulanmıştır. Eğitim sürecinde bu dengeyi sağlayacak derslerin artırılması önerilmektedir.

Dış paydaş görüşlerinin yer aldığı bu rapor doğrultusunda, gelecekteki eğitim ve müfredatın planlanması için önerilen adımların atılması büyük önem taşımaktadır.

2.Gündem Başlığı	MEZUN ÖĞRENCİLERİN REKLAMCILIK BÖLÜMÜ EĞİTİM/ÖĞRETİM SÜRECİNE İLİŞKİN İYİLEŞTİRME GÖRÜŞLERİ
Tartışmalar	
Sürekli iyileştirme çalışmaları kapsamında İLEDAK akreditasyon ölçütlerinden “Ölçüt-5: Öğretim Programı”nın iyileştirilmesi çalışmalarında program mezunlarının erişmek istedikleri kariyer hedeflerine ulaşp ulaşmadıkları, mesleki beklentilerini neler olduğu ve eğitim/öğretim dönemlerinde hangi konularda iyileştirme yapılmasının faydalı olacağı tartışıldı.	
Görüş ve Öneriler	
Mezun öğrenciler eğitim sürecinde edindikleri deneyimler, sektör ile kurdukları ilişkiler ve mezuniyet sonrası karşılaştıkları zorluklar üzerine yapılan değerlendirmelerde bulundular. Görüşler doğrultusunda, uygulamalı derslerin ve sektörel bağlantıların önemine dikkat çekilmiş, staj ve mentörlük sistemlerinin geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Uygulamalı Derslerin Önemi (Aleyna Yaşar, İmran Aslan, Tuncay Temiz, Doğukan Gedik) Mezun öğrenciler, üniversite eğitimleri sırasında uygulamalı derslerin kendilerini sektöre daha yakın hissettirdiğini belirtmiştir. Bu dersler sayesinde, gerçek projeler üzerinde çalışarak, marka ve sektör temsilcileri ile doğrudan iletişim kurma fırsatı yakaladıklarını ifade etmişlerdir. Uygulamalı dersler sektöre adaptasyonu hızlandırmaktadır. Dış paydaşlarla yapılan iş birlikleri, öğrencilerin gerçek iş süreçlerine dahil olmalarını sağlamaktadır. Şirketlerde elde edilen deneyimler öğrencilere sosyal sorumluluk bilinci kazandırmaktadır. Teorik ve Güncel Bilginin Dengesi (Aleyna Yaşar) Mezunlar, teorik eğitimin önemli olduğunu ancak güncel gelişmelerin de takip edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Akademik doğruların öğrenilmesi kadar, sektördeki yeniliklerin ve trendlerin de ders içeriğine dahil edilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Teorik altyapı sağlam bir temel oluşturmalıdır. Güncel sektörel gelişmeler ders içeriklerine entegre edilmelidir. Akademik bilgi ile sektör pratikleri dengeli bir şekilde sunulmalıdır. Staj ve İş Deneyimi Kazanma Süreci (Aleyna Yaşar, İmran Aslan) Öğrenciler, mezuniyet sonrası deneyim eksikliğinin iş bulma süreçlerinde büyük bir engel oluşturduğunu belirtmiştir. Ajans ve şirketlerin genellikle deneyimli çalışanları tercih ettiği ancak öğrencilere bu deneyimi kazandırma konusunda yeterli destek sunmadığı dile getirilmiştir. Staj, eğitim sürecinin ayrılmaz bir parçası olmalıdır. Şirketlerin öğrencilere deneyim kazandırmaya yönelik daha destekleyici programlar oluşturması gerekmektedir. Üniversiteler ve sektör arasında daha güçlü iş birlikleri kurulmalıdır. İletişim ve Kişisel Gelişim (Erhan Nugay, Rasime Yılmaz) Öğrencilerin temel iletişim becerilerinde eksiklikler olduğu ve bunun sektör içinde ciddi bir problem yarattığı belirtilmiştir. Mezunların, yaratıcı ve analitik düşünme becerilerinin yanı sıra güçlü bir iletişim altyapısına sahip olmaları gerektiği vurgulanmıştır. Temel iletişim becerileri dersleri	

müfredatta yer almalıdır. Analitik ve yaratıcı düşünme yetkinlikleri geliştirilmelidir. Şirket içi uyum ve insan ilişkileri konusunda eğitim verilmelidir.

Mentörlük ve Koçluk Sistemlerinin Önemi (Harun Emre Karadağ)

Mentörlük ve koçluk sistemlerinin öğrenciler için büyük bir destek mekanizması olduğu belirtilmiştir. Deneyimli profesyonellerin rehberliği, öğrencilerin hem mesleki hem de kişisel gelişimlerine katkı sağlamaktadır. Hikaye anlatıcılığı ve deneyimsel pazarlama konularında mentörlük desteklenmelidir. Mezunlar için sektörde başarılı olmayı sağlayan beceriler kazandırılmalıdır. Mentörlük programları hem öğrenciler hem de sektör temsilcileri için daha sistemli hale getirilmelidir.

Eğitim sürecinde uygulamalı derslerin artırılması, sektörel iş birliklerinin güçlendirilmesi, staj imkanlarının iyileştirilmesi ve öğrencilerin iletişim becerilerinin geliştirilmesi önerilmektedir. Aşağıdaki adımların atılması, mezunların iş hayatına daha hazırlıklı olmalarını sağlayacaktır:

- Uygulamalı derslerin sayısı artırılmalıdır.
- Teorik derslerde güncel gelişmelere daha fazla yer verilmelidir.
- Staj programları zorunlu hale getirilerek şirketlerle iş birlikleri artırılmalıdır.
- Temel iletişim, analitik düşünme ve yaratıcı düşünme dersleri müfredatta eklenmelidir.
- Mezunlara yönelik mentörlük ve koçluk sistemleri daha etkin hale getirilmelidir.