

İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ

DIŞ PAYDAŞLAR

ÇALIŞTAYI III-IV

Çalıştay Raporu



MEDİPOL
UNV-IF
İSTANBUL

İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

“Sektörel Tecrübenin Akademikle Buluşması”



MEDİPOL
UNV-IF
İSTANBUL

İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

T.C.
İSTANBUL MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
DIŞ PAYDAŞLAR ÇALIŞTAYI III-IV
ÇALIŞTAY RAPORU

İstanbul 2022

Hazırlayan
İMÜ İletişim Fakültesi

Editör
Doç. Dr. İhsan Eken
Doç. Dr. Korhan Mavnacıoğlu

Sayfa Tasarımı
Doç. Dr. İhsan Eken

Basım Yeri ve Yılı
İstanbul 2022

İÇİNDEKİLER

Giriş.....	7
Türkiye’de İletişim Eğitimi ve İletişim Fakülteleri.....	10
İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi.....	15
Dış Paydaşlar Çalıştayı-III.....	21
Dış Paydaşlar Çalıştayı-IV.....	33
Sonuç.....	42

GİRİŞ

İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak; iletişim fakültelerinde verilen eğitim öğretim müfredatına ilişkin bilgi, beklenti ve önerileri dillendirmeyi; mevcut durumun tespiti, akademi-sektör iş birliğinin yanı sıra ortak projelerin ülke genelinde sektörel bazda ve mezunların katma değer üretmesi anlamında nasıl daha verimli ve yararlı hale geleceğine ilişkin çözüm önerileri üretmek amacıyla periyodik olarak “Dış Paydaşlar Çalıştayı” düzenlemeyi amaçlayan fakültemiz 2018 yılında ilk iki çalıştayı gerçekleştirmişti.

Aradan geçen sürede ilk çalıştayların çıktılarını değerlendiren fakültemiz, sektör paydaşlarının önerileri doğrultusunda fakültemize bağlı bölümlerin müfredatlarında gerekli güncellemeleri hayata geçirdi.

Çalıştayların her sene düzenli olarak yapılması amaçlansa da tüm dünyayı olumsuz etkileyen pandemi nedeniyle çalıştaylar yapılmadı. Bu sene ise pandeminin olumsuz etkilerinin ortadan kalkmasıyla birlikte çalıştay serimize tekrar devam ettik ve iki çalıştay düzenleyerek paydaşlarımızla tekrar bir araya gelmenin mutluluğunu yaşadık.

Pandemi sonrası bir sürecin yaşandığını düşündüğümüzde pandemiden sonra nasıl bir akademi-sektör iş birliği mümkün olabilir bu sorunun cevabı özellikle ele alındı.

Dış paydaş çalıştaylarını düzenlememizdeki en önemli çıkış noktası da akademi-sektör iş birliğini klasik bir vaat cümlesi olmaktan çıkarıp, gerekli adımları atarak hayata geçirmektir. 2018’den bu yana geride bıraktığımız dört çalıştay, bizlere hem doğru yolda olduğumuzu gösterdi hem de sektörle olan bağlarımızı güçlendirdi.

Bu sene üçüncüsünü ve dördüncüsünü düzenlediğimiz çalıştaylarımızda birlikte olduğumuz dış paydaşlarımızla önümüzdeki yıllarda da tekrar buluşmayı planlıyoruz. Böylece; sektörün kıymetli isimleri ile hem bilgi ve deneyim paylaşımını sürdürmüş olacağız hem de ülkemizin geleceğinde yararlı işler gerçekleştirecek olan iletişimcilerin yetişmesi için iş birliğimizi devam ettirmiş olacağız.

Prof. Dr. Ali BÜYÜKASLAN
İstanbul Medipol Üniversitesi
İletişim Fakültesi Dekanı



İstanbul Medipol Üniversitesi
Medya Merkezi Birimleri



Türkiye’de İletişim Eğitimi ve İletişim Fakülteleri

İletişim eğitimi, ilk olarak gazetecilik eğitimi şeklinde 1908 yılında ABD’de Missouri Üniversitesi’nde başlamıştır. 20. yüzyılın ortalarında ABD’de profesyonel düzeyde eğitim veren gazetecilik okulu sayısı 100’e ulaşmış ve 1970-1990 yılları arasında iletişim mezunlarının sayısı yüzde 35 oranında artış göstermiştir (Uzun, 2007:120). İletişim eğitiminin ilk olarak gazetecilik alanında başlamasının etkileri günümüze kadar uzanmıştır.

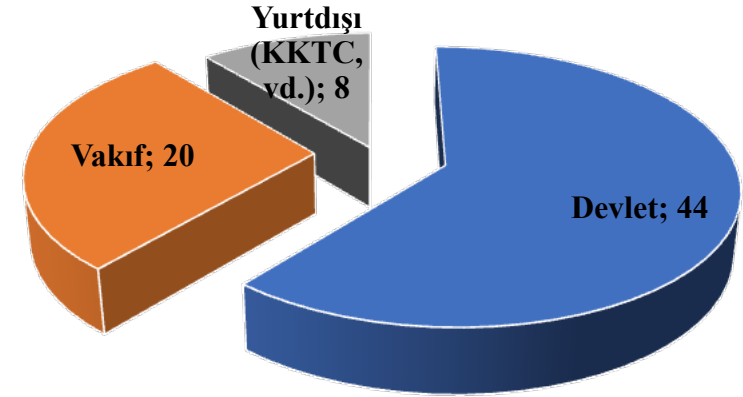
İletişim fakültesi denilince ilk akla gelen bölüm, uzun yıllar gazetecilik bölümü olmuştur. İletişim, üniversitelerde bir bilim dalı olarak ülkemizde geçikerek gelişmiştir. Türkiye’de bir gazetecilik okulunun kurulması fikri 1930 yılına dayanmaktadır. Gazetecilerin de en az öğretmenler kadar eğitim görmesi gerektiği düşüncesiyle, sorumlu yazı işleri müdürleri için lise ya da yüksekokul bitirme zorunluluğu 1931 Basın Yasası’nda yer almıştır. Bunun üzerine İstanbul Darülfünun’da gazetecilik okulu açma girişimleri olmuş fakat başarılı olunamamıştır (Alemdar ve Erdoğan, 2001:7).

Türkiye’de ilk özel gazetecilik okulu 1948’de Müderris Fehmi Yahya tarafından açılan İstanbul Özel Gazetecilik Okulu’dur. Basın dünyasına ve iş hayatına hazırlıklı eleman yetiştirmek amacıyla kurulan okulun eğitimine 1963 yılında ara verilmiştir (Akt. Uzun, 2007:120-121). Türkiye’de iletişim eğitimi ile ilgili girişimlerin ilk etapta aksaması ve etkili işlememesi, Türkiye’deki iletişim eğitiminin ekolleşmesini olumsuz olarak etkilemiştir.

Türkiye’deki iletişim fakülteleri¹ bünyesinde genel olarak; “Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Gazetecilik ve Radyo, Televizyon ve Sinema” bölümlerinin yer aldığı görülmektedir. Özellikle vakıf üniversiteleri bünyesindeki iletişim fakültelerinin eğitim hayatına başlamasıyla birlikte bu üç bölümün yanı sıra yeni bölüm ve programların açıldığı görülmektedir. Vakıf üniversitelerinin İngilizce eğitim veren programları da dahil farklı bölüm ve programlar açmasını takiben bazı devlet üniversiteleri bünyesindeki iletişim fakültelerinde de farklı bölüm ve programlar açılmıştır.

¹ İletişim Fakültesi adı altında genel olarak eğitim-öğretim faaliyetleri yürütülmele birlikte, Anadolu Üniversitesi ve Kuzey Kıbrıs Lefke Avrupa Üniversitesi’nde “İletişim Bilimleri Fakültesi” adıyla eğitim-öğretim faaliyetleri yürütülmektedir.

Grafik 1. İletişim Fakülteleri Sayısı²



72 adet İletişim Fakültesi mevcuttur. İstanbul’da yer alan İletişim Fakültesi sayısı ise 15’i vakıf, 4’ü devlet olmak üzere 19’dur.

Tablo 1. İletişim Fakülteleri Listesi

Sıra	İletişim Fakültesi	Tür
1	Akdeniz Üniversitesi	Devlet
2	Aksaray Üniversitesi	Devlet
3	Anadolu Üniversitesi	Devlet
4	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Devlet
5	Ankara Medipol Üniversitesi	Vakıf
6	Ankara Üniversitesi	Devlet
7	Arkin Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi	Vakıf (KKTC)
8	Atatürk Üniversitesi	Devlet
9	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	Devlet
10	Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf
11	Başkent Üniversitesi	Vakıf
12	Beykent Üniversitesi	Vakıf
13	Boğaziçi Üniversitesi	Devlet
14	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Devlet
15	Bursa Teknik Üniversitesi	Devlet
16	Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi	Devlet

² Veriler, ÖSYM 2022 YKS tercih kılavuzuna ve Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi verilerine dayanmaktadır.

17	Çukurova Üniversitesi	Devlet
18	Dicle Üniversitesi	Devlet
19	Doğu Akdeniz Üniversitesi	Devlet (KKTC)
20	Ege Üniversitesi	Devlet
21	Erciyes Üniversitesi	Devlet
22	Fenerbahçe Üniversitesi	Vakıf
23	Fırat Üniversitesi	Devlet
24	Galatasaray Üniversitesi	Devlet
25	Gaziantep Üniversitesi	Devlet
26	Giresun Üniversitesi	Devlet
27	Girne Amerikan Üniversitesi	Vakıf (KKTC)
28	Gümüşhane Üniversitesi	Devlet
29	Hacettepe Üniversitesi	Devlet
30	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	Vakıf
31	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi	Devlet
32	İbn-i Haldun Üniversitesi	Vakıf
33	İnönü Üniversitesi	Devlet
34	İstanbul Arel Üniversitesi	Vakıf
35	İstanbul Aydın Üniversitesi	Vakıf
36	İstanbul Bilgi Üniversitesi	Vakıf
37	İstanbul Medipol Üniversitesi	Vakıf
38	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Vakıf
39	İstanbul Üniversitesi	Devlet
40	İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	Vakıf
41	İstinye Üniversitesi	Vakıf
42	İzmir Ekonomi Üniversitesi	Vakıf
43	Kadir Has Üniversitesi	Vakıf
44	Karabük Üniversitesi	Devlet
45	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Devlet
46	Kastamonu Üniversitesi	Devlet
47	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi	Devlet (Kırgızistan)
48	Kocaeli Üniversitesi	Devlet
49	Lefke Avrupa Üniversitesi	Vakıf (KKTC)

50	Maltepe Üniversitesi	Vakıf
51	Manisa Celal Bayar Üniversitesi	Devlet
52	Marmara Üniversitesi	Devlet
53	Mersin Üniversitesi	Devlet
54	Munzur Üniversitesi	Devlet
55	Muş Alparslan Üniversitesi	Devlet
56	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	Devlet
57	On Dokuz Mayıs Üniversitesi	Devlet
58	Pamukkale Üniversitesi	Devlet
59	Sakarya Üniversitesi	Devlet
60	Selçuk Üniversitesi	Devlet
61	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	Devlet
62	Süleyman Demirel Üniversitesi	Devlet
63	Trabzon Üniversitesi	Devlet
64	Uluslararası Balkan Üniversitesi	Vakıf (Kuzey Makedonya)
65	Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	Vakıf (KKTC)
66	Uşak Üniversitesi	Devlet
67	Üsküdar Üniversitesi	Vakıf
68	Yakın Doğu Üniversitesi	Vakıf (KKTC)
69	Yaşar Üniversitesi	Vakıf
70	Yeditepe Üniversitesi	Vakıf
71	Yozgat Bozok Üniversitesi	Devlet
72	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	Devlet

Tablo 2. İletişim Fakülteleri Bünyesinde Yer Alan Bölümler³

Sıra	Bölüm	Yer Aldığı Fakülte Sayısı
1	Radyo, Televizyon ve Sinema	49
2	Gazetecilik	44
3	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	35
4	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	24
5	Görsel İletişim Tasarımı	21
6	Yeni Medya ve İletişim	17
7	Reklamcılık	9
8	Yeni Medya	3
9	Sinema ve Televizyon	3
10	İletişim Tasarımı ve Yönetimi	3
11	Televizyon Haberciliği ve Programcılığı	3
12	Medya ve İletişim	2
13	Reklam Tasarımı ve İletişimi	2
14	Medya ve Görsel Sanatlar	1
15	Basın ve Yayın	1
16	Sanat ve Kültür Yönetimi	1
17	Sinema ve Dijital Medya	1

Türkiye’de İletişim Fakülteleri Bünyesinde Yürütülen Eğitim-Öğretim Faaliyetlerine Yönelik Eleştiriler

- Öğretim kadrosunun nitelik ve tecrübesine yönelik eleştiriler,
- İletişim eğitimine yönelik ortak bir standardın var olmayışı,
- İletişim fakülteleri bünyesinde verilen eğitim kalitesine yönelik eleştiriler,
- Akademi ve sektör iş birliğinin zayıf olması,
- İletişim fakültesi mezunlarının yabancı dil yetkinliğine yönelik eleştiriler,
- Teorik ve uygulamalı eğitim dengesinin sağlanamaması,
- İletişim fakültelerinde verilen eğitimin sektörün nitelikli işgücü talebini

³ Sayılara Vakıf ve Devlet Üniversitelerinin İletişim Fakülteleri ve İletişim Bilimleri Fakültelerinde bulunan bölümler dahil edilmiştir. Veriler, Yükseköğretim Program Atlası YÖK Atlas Sisteminden alınmıştır. <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-anasayfa.php>, Erişim Tarihi: 20.09.2022.

yeterince karşılamadığına dair yapılan eleştiriler (Büyükaslan ve Mavnacıoğlu, 2017:225).

Akademi-Sektör İşbirliğine İlişkin Tespitler

İletişim eğitiminde yaşanan sorunların yanı sıra iletişim sektöründe de karşılıklı ilişkiler açısından bazı sorunlar yaşanmaktadır. İletişim sektöründe yaşanan başlıca sorunlar ise şunlardır (Büyükaslan ve Mavnacıoğlu, 2017:226-227):

- İletişim fakültesi mezunlarının çalışma hayatındaki iş tanımları ve meslek standardı tanımlarının net olmayışı,
 - İletişim fakültelerine yönelik olumsuz tutum,
 - Çalışma şartlarının zorluğu,
 - Medya dışındaki sektörlerde iletişim mezunlarına yönelik istihdam fırsatlarının dar olması,
 - İletişim fakültesi mezunlarının büyük bir çoğunluğunun sektörün talep ettiği yabancı dil düzeyine sahip olmaması,
 - İletişim fakültesi mezunlarına yönelik akreditasyon sisteminin olmayışı,
 - Yeni mezunlardan sektörel deneyim talep edilmesi,
 - Staj uygulamasının arzu edilen düzeyde gerçekleşmemesi,
 - Yeni mezunlara yönelik işe alım programlarının yetersiz kalması,
 - Kamu sektöründeki istihdam olanaklarına olan yoğun talebe karşın kadro sayısının yetersiz kalması,
 - Kamu ve özel sektörde iletişim fakültesi mezunlarının meslek alanlarıyla ilgili istihdam için meslek standartlarının oluşturulmaması,
 - Yerel medyada iletişim fakültesi mezunlarının yeterli düzeyde istihdam edilmemesi.
- İletişim fakülteleri ile iletişim sektörü arasında bir iş birliği eksikliği olduğu ortadadır. Bazı iletişim fakültelerinin sektörel kuruluşlar ile ikili iş birliği protokolleri mevcuttur ama genel olarak bakıldığında iş birliği zayıftır.

İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi

Türkiye'nin genç ve çağdaş üniversitelerinden İstanbul Medipol Üniversitesi, Dr. Fahrettin Koca'nın kurucusu olduğu bugünkü adıyla Türkiye Eğitim Sağlık ve Araştırma Vakfı TESA⁴ tarafından 7 Temmuz 2009 tarihinde kurulmuştur.

İstanbul Medipol Üniversitesi faaliyet gösterdiği üç yerleşkede; 12 fakülte, 1 yüksekokul, 4 MYO ve 5 enstitü ile 38 binden fazla öğrencisiyle eğitim-öğretim faaliyetlerini sürdürmektedir. Üniversitenin 1313 kişilik akademik kadrosu gün geçtikçe güçlenmeye devam etmektedir (Sayılarla Medipol, 2022).

⁴ Türkiye Eğitim, Sağlık ve Araştırma Vakfı, www.tesa.org.tr

İstanbul Medipol Üniversitesi, URAP 2022-2023 Dünya Sıralaması'na göre 1843. Sırada yer alırken, Times Higher Education (THE) tarafından açıklanan 'Dünya Üniversiteler Sıralaması 2023'te ise 1201-1500 bandında yer almaktadır (Dünya Sıralamalarında Medipol, 2022).

Grafik 2. Sayılarla İstanbul Medipol Üniversitesi



İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2016-2017 Eğitim-Öğretim Yılı itibarıyla eğitim hayatına başlamıştır. İletişim Fakültesi, bünyesindeki tam zamanlı akademisyenlerin yanı sıra uygulamalı derslerde de özellikle sektörden öğretim görevlilerinin yer aldığı zengin bir akademik kadroyla eğitim-öğretim faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.

Fakültemiz, aşağıdaki programlarda eğitim öğretim faaliyetleri yürütmektedir:

1. Gazetecilik
2. Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (Türkçe / İngilizce)
3. Medya ve Görsel Sanatlar
4. Radyo, Televizyon ve Sinema
5. Yeni Medya ve İletişim

İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2019-2020 eğitim-öğretim yılının bitimiyle birlikte ilk mezunlarını vermiştir. Fakültenin 2022-2023 eğitim-öğretim yılı itibarıyla 1751 öğrencisi mevcuttur.

Tablo 3. İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrenci Sayıları

Sıra	Program	Öğrenci Sayısı
1	Gazetecilik	127
2	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (Türkçe)	444
3	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık (İngilizce)	364
4	Medya ve Görsel Sanatlar	258
5	Radyo, Televizyon ve Sinema	246
6	Yeni Medya ve İletişim	312
Toplam		1751

Medipol Medya Merkezi

İletişim Fakültesi bünyesinde Medipol Medya Merkezi faaliyet göstermektedir. Medipol Medya Merkezi'nde yer alan uygulama birimleri şunlardır:

1. TV Stüdyosu
2. Kurgu Birimi
3. Cep Sineması
4. Ses Kayıt/Dublaj (Off Tube) Stüdyosu
5. Radyo Stüdyosu
6. Haber Merkezi
7. Grafik Tasarım Atölyesi (Mac Laboratuvarı)
8. Bilişim Laboratuvarı (Windows Atölyesi 1)
9. Halkla İlişkiler ve Reklam Atölyesi (Windows Atölyesi 2)
10. Fotoğraf Stüdyosu
11. Greenbox Stüdyosu (2 adet)
12. Makyaj Odası

İletişim Fakültesi Bünyesinde Gerçekleştirilen Faaliyetler

- Paydaşlarla iş birlikleri kapsamında sektörel ziyaretler yapılmakta ve karşılıklı iş birlikleri kapsamında sektörü ilgilendiren, gündem oluşturan konularda fakültede seminerler düzenlenmektedir.
- Paydaşlardan alınan görüşlere ve geri bildirimlere göre fakülte müfredatında değişiklikler yapılmıştır. Sektörle gerçekleştirilen iş birlikleri sonucunda gerekli görüldüğü hallerde eğitim öğretim müfredatı revize edilmektedir.



- Fakültemiz öğrencileri, ilköğretim öğrencilerine yönelik sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmiştir.
- 10 Ocak Çalışan Gazeteciler Günü kapsamında Bağcılar Belediyesi iş birliğiyle “Haberin Kahramanları” ödül törenleri düzenlenmiştir. İletişim Fakültesi öğrencilerinin belirlediği gazete ve televizyon dünyasının başarılı isimlerine ödül verilmiştir.
- 4. Uluslararası Kızılay Dostluk Kısa Film Festivali’nin paydaşı olarak festival süreçlerine katkı sunulmuştur. Festival kapsamında düzenlenen kısa film atölyesi, Medipol Medya Merkezinde gerçekleştirilmiştir.
- “Sağlık İletişimi” dersinin bir çıktısı olarak ortaya çıkan ‘Hijyen Dedektifleri’ projesi bir sosyal sorumluluk projesi olarak hayata geçmiştir. Sosyal medya odaklı olarak gerçekleştirilen projede hijyen konusunda farkındalık ve tutum değişikliği oluşturmaya yönelik faaliyetler yürütüldü. İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Dr. Saadet Uğurlu’nun danışmanlığında, Medipol Mega Üniversite Hastanesi ve 3M iş birliğiyle gerçekleştirildi.
- İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA) Yaratıcı Endüstriler Projesi kapsamında ve Beyoğlu Belediyesi, İstanbul Sanat Paylaşım Derneği iş birliğiyle Artizan Sanat projesi hayata geçirilmiştir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, KÜSAK ve Beykoz Tiyatro Akademisi iş birliğiyle Dijital Çağda Kültür Üretimleri ve Telif Haklarının Korunması” çalışması gerçekleştirilmiştir.

III. DIŞ PAYDAŞLAR ÇALIŞTAYI

III. Dış Paydaşlar Çalıştayı, 20 Haziran 2022 tarihinde İstanbul Medipol Üniversitesi Kavacık Kuzey Kampüsü’nde gerçekleştirilmiştir. Çalıştayı gündemi şu şekildedir:

Çalıştay Gündemi

1. İletişim Fakülteleri ve Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Başlıklı Sunum
2. Sektör Temsilcilerinin İletişim Eğitimine Yönelik Görüş, Öneri ve Beklentileri
3. Akademi-Sektör Ortak Proje Önerileri



Çalıştay, İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ali Büyükaslan’ın açılış konuşmasını müteakip katılımcıların görüşlerini belirttikleri bir yöntem izlenerek devam etmiştir.

Soru cevap bölümünde eleştirel ve tartışmaya dayalı olarak görüşlerini açıklayan paydaşlarımız, çalıştay raporumuzda da dile getirilen değerli fikirleriyle çalıştayı verimli bir şekilde gerçekleşmesine ve eğitim-öğretim kalitesini geliştirecek çıktılarının ortaya konmasına katkıda bulunmuşlardır.

Katılımcıların değerli fikirlerinin yer aldığı çalıştay raporunda, katılımcıların özellikle vurguladıkları noktalar aktarılmıştır. Bu çerçevede ayrıca bir redaksiyona gidilmemiş, katılımcıların konuşmaları somut öneriler ve beklentiler şeklinde çıkarımlarla ve konuşmalarından alıntılarla raporda yer almıştır.

İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi özelinde katılımcıların değerli görüşlerinin Türkiye’deki İletişim eğitimine ilişkin beklentilere bir karşılık vermesi dileğiyle elinizdeki çalıştay raporunun yararlı olacağını ümit ediyoruz.

Çalıştayda Öne Çıkan Görüş ve Öneriler

Sektörde yer almanın yanında halkla ilişkiler alanında dersler veriyorum. Marduk Digital Ajans'ın başkanım. Birçok farklı üniversiteden stajyer alıp, mezun edip sonrasında kadrolu çalışan olarak aldığımız birçok isim var. Sektörde iş disiplini en önemli faktördür. İş disiplini popülar kültür ve medya algısını dikkate almalıyız. Yeni gelen nesil, bir parlak fikirle yüksek yerlere gelebilme arzusunda. Bu arzu, işlerini de olumsuz yönde etkiliyor. Tüm üniversitelerden gelen öğrencilerimizi inceliyoruz. Ve bu inceleme sonucunda gençlerin olumsuz yönde ilerlediğini görüyoruz. Stajyerlerin araştırma yöntemlerini öğrenmesini ve bu yönde sizlerin onları geliştirmenizi bekliyoruz.



Dr. Arda Süar
(Marduk Digital Ajans Başkanı)

Bir diğer eksik gördüğüm özellik ise öğrencilerin kendilerini yazıyla ifade etmekte zorluk çekmeleri. Kurumsal dil kullanımında zayıflıkları da bir diğer handikap. 300-400 kelime ile hayatlarını geçiriyorlar. Ama bu sadece ülkemizde değil globalde de olan bir sorun. Bu sorun için fakülte dersleri kullanılabilir mi? Mesela yabancı kaynakları okuyup, özeti çıkarabilirler. Bu sayede gelişim sağlanabilir. Tiyatrolar, bu durumun gelişmesi ve pekişmesi için iyi bir kaynaktır. Global örnekleri taklit etmekten

ileri gidemiyoruz. Platon'dan anlayan çalışanlar gelirse sektörü de bizi de iyi bir şekilde öğrenebilirler. Anlama ve kavrama noktasında dil becerilerinde iyi olmaları lazım. Bizim sizin fakültelerinizden üç stajyerimiz var. Netflix nesline iş disiplini öğretmeliyiz. Anlayış ve öğrenmek isteyen öğrenciler olduğunda biz onlara sektörü öğretmekten memnuniyet duyarız. Bunların yanı sıra oyun sektörüne de önem vermeyi gerektiğini düşünüyorum. Çünkü insan kaynaklarına rakip olarak geldiğini görüyorum.



Betül Şekeroğlu
(Pera Mind e-Ticaret ve Sosyal Medya Ajans Başkanı)

16 yıldır dijital sektördeyim. İnsan kaynakları ile tam iletişim halinde çalışıyorum. İşe alımlardaki önemli ayrıntıların bilincindeyim. Sektör, artık İngilizce yani sadece tek bir yabancı değil ikinci dili de istiyor. Öğrenciler zamanlarını iyi kullanıp, dil öğrenmeye çalışmalı. Para kazanma arzusu ile kendilerini geliştirmeye zaman ayırmıyorlar. Biz şirketimizde 6 aylık bir öğrenme süreci veriyoruz. Bu 6 aylık sürede bir verim beklemiyoruz. Buna 6 aylık bir yatırım diyebiliriz. Zaman yönetimi problemleriyle karşılaşılıyor. Sektör analizi yaparken öğrenci iletişim aşamasında tkanıyor. Yazmıyor ve bilgiyi aktarmıyorlar. Hikayeleştirme teknikleri ve senaryo yazım dersleri verilebilir mi?

Öğrenciler, konuşmadan konuşamaz, yazmadan yazamazlar.

Markaya göre kişiselleştirilebilir olmalı. Zaman yönetimi ve iş planı dersi yapılmalıdır. Sektöre girmeden önce el alışkanlığı olmalıdır. E-mail gönderimi, pazarlama, dijital reklam öğrenmeleri için ders verilebilir. Bir öğrencinin bu bölümden mezun olup bu kavramları bilmemesi durumunu engellemeliyiz. Adobe programlarını nasıl kullanabilirim, nasıl işe yarar olabilirim kısmını düşünmeliler. Bu konuştuklarımız, bugünün dünyasında işe yarayabilirken 6 ay sonra işe yarayamayabilir. Garantisi olmasa da elimizde bu yetenekleri buldurmalıyız. Freelance yazarlık yapabilirler. Spotify gibi gündemde olan ve sıkça kullanılan sistemleri öğrenmeliler. Öğrencileri e-ticaret sisteminin işleyişine alıştırmak, bu konu hakkında bilgi vermeliyiz.





Prof. Dr. Ali Büyükaslan
(İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı)

Arda Hocam, araştırma yöntemleri dersini öğrencilerimize veriyoruz. İlk denememizde dersi 2. sınıflara vermiştik. Bu adımın bu sınıf için erken olduğunu fark ettik çünkü bu aşamada hazırlıklı olmadıklarını gösterdiler. Sonrasında bu dersi son sınıflara vermeye karar verdik.

Betül Hanım'ın dediği gibi biz bu dersleri seçmeli olarak koyuyoruz. Ve öğrencilerin sadece derslere girmeyip, sınavları kolay diye seçmesini engellemek için ilk ders neden bu dersi seçtiğini yazdırıyor ve inceliyorum. Söylediğiniz tüm önerileri ve tavsiyeleri not aldım. Derslerimizi verirken dediğiniz durumlara da dikkat edeceğiz. Biz de beş kelime vererek öğrencilerden metin yazmasını istiyoruz. Bu şekilde hikayeler yazıyorlar.



Sefa Karahan
(1,618 Ajans Başkanı)

olur. Pazarlama zirvelerinde sunumlarda ve insan kaynakları zirvelerinde konuşmalar yaptım. Tüm zirvelerde geleneksel yöntemler kullandığım gibi metaverse ve Zoom da kullanarak yeni medyadan yararlandım.

Stajyer konusuna gelirsem bizim stajyerleri anlamak zorunda olduğumuzu düşünüyorum. Örnek olarak gün boyunca oyun oynayan bir öğrenciye bir şey söylemek için onu böldüğünde "100 kişiyle oyundayım" dediğinde bunun sosyalleşme olduğunu düşünüyorlar. Ana amaçları, hedeflerine karar vermek olmalıdır. Mezunlar nereye gitmek istediğini ne yapmak istediğini bilmelidir.

Yeni mezunlarımıza okuldan ayrılmadan önce insanlara dijitalden nasıl ulaşıyoruz kısmı öğretilmelidir. İletişimi sektöre girmeden öğrenmek önemlidir. Blog-Vlog ayrımında sektör, vlog kısmına geçiyor. Yeni teknolojilerle bilgi yönetimi nasıl yapılmalı öğretmeliyiz. İletişimcinin ticareti, yazılımı bilmesi gereklidir. Üniversiteden gelen arkadaşlar, çok fazla bilgi yüklemesi ile geliyor. Ama uygulama tarafında zayıf kalıyorlar. Sosyal medya ile birbirimizle iletişim halinde olmayı öğrenmeliyiz. Deneyim aşamasına geçilmesinin öğrenciler için en iyisi olduğunu düşünüyorum. Gençlik nereye gidiyor? Bundan sonra hedefimiz gençlerden öğrenmeyi hedeflemektir. Zoom toplantıları, artık hayatımızın her yerinde. Buraya gelirken bile arabada bir toplantıya katıldım. Bu kavramlar, artık hayatımıza entegre oldu. Artık birçok üniversitede metaverse ve 3D kavramları anlatılıyor. Ama bu internet dünyasını tanımak için yetmiyor, neye nasıl hizmet ettiğini de öğrenmeliyiz. İletişim fakültelerinde ayrı olarak iktisat dersleri de verilmelidir. Maaş kavramını bilmeyen öğrenciler var.

Albayrak Grubu'nda insan kaynakları müdürü olarak çalışıyorum. 20 yıldır bu sektördeyim. Marmara Üniversitesi psikoloji kökenliyim aslında. Öncelikle üniversite olarak özel sektörle iş birliği yaptığımız için teşekkür ederim. Grup olarak hareketli bir grubuz, medya dışında birçok alanda hizmet veriyoruz. Son yıllarda teknolojiyi dozun da kullanmama sorunu mevcut. Tasarımcı arıyoruz ama 3 aydır bulamıyoruz. Kurumu ve sektörü anlatmak ve gelecek sektörünü öğrencilere hazırlamak ilk görevimiz oluyor. Z kuşağının aklı çok geniş 6 ay bir işi öğrenmek için yeterli oluyor. Sektörde kişiselleştirme çok fazla bunun yerine içselleştirme önemlidir yani zahmet olmadan nimet olmuyor diyebiliriz. Şirketle yüz yüze gelmeden bu durumları halletmeleri lazım. Kendini ifade etme simülasyonları, mülakatlar yapılabilir. Müşteri yönetimini öğrenmeliler, alana hâkim olmalılar. Bizim şirketimize gelince biz bunları istiyoruz. Bu noktada; araştırmalar, medya okuma programları yaptık. Eğitim sonunda 53 kişiyi sigortalı çalışan olarak başlattık.



Fatih Aydın
(Albayrak Grubu İK Müdürü)

Duygu farkındalığı, odaklanma sorumlulukları, bilgilendirme gibi durumlar geliştirilebilir. Hayat bir şekilde araştırmak ve kendimizi geliştirmek için devam ediyor. Etik değerler çok önemli, sosyal medyayı kontrollü kullanmalıyız. Biz grup olarak, milli değerleri kişisel hakları önemsiyor ve ona göre hareket ediyoruz.

Prof. Dr. Ali Büyükaşlan
(İstanbul Medipol Üniversitesi
İletişim Fakültesi Dekanı)



Mülakat simülasyonu fikrini beğendim bunu dördüncü sınıflar için hazırlık olarak kullanabiliriz. Daha öncesinde Doç. Dr. İhsan Eken hocamız ve Kariyer Ofisi'nden İlayda Hanım öğrencilere mülakatlar yapmıştı. Bunu da yaparsak iyi bir geri dönüş alabiliriz diye düşünüyorum.



Veli Bahçeci
(Roiva Hub Kurucu)

Aslında elektrik-elektronik mühendisiyim. 2007'den beri pazarlama alanında çalışıyorum Sabancı'nın her şeyin bir şeyini bilmek gerekir sözünü ciddiye alıp, her şeyi bilmek istedim veri odaklı alan benim alanım dedim. Çeşitli akademilerde bunun üzerine eğitimler verdim. Acun Medya ve Acun Akademi'de eğitim verdim. Roiva Hub, ortak kullanım alanını kapsıyor. Şirket, hem ofis hem de akademik olarak hizmet veriyor, öğrencilere anlatmak ve öğretmek için. Anlat Hocam Youtube serisine başladık. Data veri odaklı marka hikayeciliğini öğretiyoruz. Medipol Üniversitesi'nden ve Acun Akademi'den mezun olan birçok öğrenci var. Medipol'ün sektöre çok fazla odaklandığını görüyoruz.

Müşteri ne istediğini bilmiyor genellikle, bu tip müşterilerle ilgileniyoruz. Web sitesi incelemesi sonrası bulunan, analiz edilen kısımları inceliyoruz. Bu sayede gelen insanların maaş hareketlerini takip edip, inceleyebiliyoruz. Sektörde veri odaklı araştırmalar daha fazla analiz edilmeye başlandı. Sözel yetenekler olsa da veriden bağımsız konuşamayız, satın alınan aksiyonlara çevrilmesi gerekir. Sadece bir iş için bir kişiyi işe alıyorlar satın alma ile ilgili gündemde bir sürü bilgiye maruz kalıyoruz. Mesela sektöre yeni giren Disney +, Netflix şu an gündemimizde. Bir örnek verecek olursam; Cumhurbaşkanının iletişim açıklaması konuşuluyordu. Sektör dijital olmaya başladıysa bizim de dijitalleşmeye ihtiyacımız gerekiyor. Algoritmalar da influencerlar da önemli bir yer kaplamaya başladı. Bizim karşılaştığımız bir diğer sorun da yetişmiş insana sahip olmamak. Bu çok üzücüdür, daha birinci sınıftan öğrencilerin çeşitli hazırlıklar yapması gerektiğini düşünüyorum.

14 yıldır iş hayatındayım. Satış departmanında başlayıp Eczacıbaşı'nda görev alıp, Kariyer.net'te 4 yıl insan kaynakları ve eğitim sorumlusu olarak çalıştım. Acun Medya Akademi'de Veli Bey ile karşılaştım, şu anda Roiva Hub'da insan kaynaklarından sorumluyum. Boğaziçi'nde eğitmen olarak insan kaynaklarını öğretiyorum. Tüm şirketlerin kanayan yarası, doğru yeteneği bulmak, bulmaya çalışmak ve elde tutmak. Gençleri duyduktan sonra nasıl yardımcı olabiliriz bu soruya cevap arıyoruz? Medipol kariyer günleri çok verimliydi. Çok iyi bir öğrenci fakat kendini tanıtmada, iletişimde iyi değilim öz güvensizliğini veriyor. Hangi departmandan mezun olursa olsun ilk önce yaratıcılık sonra proje yönetimi ele alınır. İstanbul Kültür ve Medeniyet üniversitelerinde konuşma yaptım ve genelde öğrencilere tavsiye ettiğim kitap "İnsanın Anlam Arayışı" kitabıdır. Öğrencilerin iş hayatına girerek, şirketi öğrenen bir zihniyete sahip olmasının gerekliliğinin önemini savunuyoruz.



Selin Bereket
(Roiva Hub Eğitim Koordinatörü)



İsmail Halis
(Köşe Yazarı & Programcı)

de hafıza ortaya çıkar. Birleşmiş Milletler'in bu konuda birçok alt bölümü var. Hafıza kaynakçası güncel olmalıdır ve işleri devam eden kurumlar ve markalar listelere yazmalıdır bu şekilde hafızada kalma durumu olabilir.

New York Üniversitesi'nde 1 ay eğitim aldık. Bize bir anda kurgu cihazı verip proje oluşturma ödevi verildi. İşi iyi eğitim alan kişi yapıyor. Sadece bir iş değil. Tüm işleri eğitim alan kişi hallediyor. Bu sayede çok fazla bilgi öğrendim. Yani mezun olmadan öğrenciyi dışarıya çekersek öğrenci daha fazla gelişir. Ve neyin doğru, neyin yanlış olduğunu öğrenir. Ve ona göre hareket eder.



Editörlük ve yapımcılık yapıyorum. Ticari ve meşguliyeti olan platformlar yarattık. İletişim okullarının müfredatının tamamının bir soğuk savaş alanı olduğuna inanıyorum. TRT'de haftalık programlar yapıyorum. Hangi eğitimle daha fazla bilgi verebiliriz, donatabiliriz kısmını düşünüyorum. Şirkete başlayınca Kuş Uçuşu dizisindeki gibi bir ortam adab-ı muâşerete uygun olmayan alanlar, toz pembe hayaller vardır. Hafıza, bilgi ağı devasa bir bölümdür. Bilgi dediğimiz şey istinasız her yerdedir. Üç alanda ders almak gerekliliğine inanıyorum. Adobe programları, kurgu programları (Adobe Premier Pro, vb.), 3D. Benim dediğim bir şey var yeni dünyanın ana dili videodur. The Guardian, New York Times bu markaların içeriklerini incelemeliyiz, bu şekilde hafıza ortaya çıkar. Birleşmiş Milletler'in bu konuda birçok alt bölümü var. Hafıza kaynakçası güncel olmalıdır ve işleri devam eden kurumlar ve markalar listelere yazmalıdır bu şekilde hafızada kalma durumu olabilir.

Bir sınavda görevliken açık olmayan bir bilgisayar odasına rastladım ve açmalarını rica ettim. Bilgisayara yaklaşıncaya yazıyı fark ettim “dokunmayın bozarsınız” yazıyordu. Bu yazı, dokunmayan ve öğrenmeyen nesilleri getirir. Biz ise dokunsun ve bozulsun ki işi öğrenebilsin düşüncesindeyiz.

Biz dördüncü sınıflara bitirme projeleri için Youtube kanalı açma ve yürütme içeriği veriyoruz. Bakıyoruz yürütebiliyor mu yoksa yürütemiyor mu? Bunun kendisine bağlı olduğunu gösteriyoruz.

Biz sadece iletişim derslerini iletişim fakültesinde vermiyoruz. Tıp fakültelerinde iletişim dersleri veriliyor. “Hijyen Dedektifleri” adı altında proje yürütülüyor. Gizli müşteri olarak hastanelerimizi inceledik. Bunu tıp fakültesinden gönüllü öğrencilerle yaptık. Öğrenciyi sorunla baş başa bırakmak daha iyi ve bilgi olarak daha çok öğrenmeyi sağlıyor. Bilgi akışında sorunu öğrenip çözüyorlar.



Prof. Dr. Ali Büyükaşlan
(İstanbul Medipol Üniversitesi
İletişim Fakültesi Dekanı)

Doç. Dr. İhsan Eken
(İstanbul Medipol Üniversitesi
İletişim Fakültesi Dekan Yardımcısı)



Öğrencilerimizi sektöre göre nasıl en iyi hazırlarız, sektörde hangi bilgiler işe yarar, öğrencilerimize ona göre eğitimler veriyoruz. Adobe 3D modelleme programlarını sunuyoruz öğrencilerimize. Robot olamazsınız diyoruz ama ne kadar ileri gidebileceğini deniyoruz. After Effects dersi için hikaye kurarak, animasyon oluşturma ödevini veriyoruz. Bu sayede ezbercilikten uzaklaşmış oluyoruz. Öğrencinin hayal gücüne bırakıyoruz ve hayal gücünü geliştiriyoruz.



Burak Özcan
(Bugy Creative Kurucu)

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde okudum. Üç şirket yönetiyorum. Uzmanlaşmaya önem veriyorum. Değerlendirme eğitimleri, ajanslarda değişim gibi kısımları inceliyorum. Genel sorunun reklam ve halkla ilişkiler mezunlarının uzmanlıklarının ne olduğunu bilmemesi olduğunu düşünüyorum. Ne için okuduklarını ne iş yapacaklarını bilmiyorlar. Her alanın yazarı farklıdır. Reklam metin yazarı, dijital iletişim uzmanları ayrı ayrıdır. Öğrenci bir alana ilgili ise o alanda uzmanlaşması gerektiğine inanıyorum. Kreatif tasarıma ilgiyse daha fazla o konu hakkında dersler verilebilir, ona göre ders seçimi yaptırılabilir.

Meslek deneyimleme tecrübelerinin birinci sınıftan başlatılması gerektiğine inanıyorum. Dikkat edilmesi gereken başlıkları ise şu şekilde düşündüm: Sorumluluk bilinci, disiplin,

planlama yapma, kaygıyı yönetme, sabır, akıl yürütme ve merak gibi unsurları öğrenmeli ve dikkat etmeli.

Organizasyon becerilerinin gelişmesi için de etkinlik yapılabilir mi sorusu aklımda canlanıyor. Öğrencilere staj yaptıkları ajanslarda daha fazla iş ve proje baskısı uygulanırsa işi öğretmek için önemli bir itiş gücü olabilir. İş takibinin, süreç yönetiminin yapılması, sorumluluk ve yetki verilmesi çok önemlidir.



Yapım, prodüksiyon reklam ve dizi film üzerine çalışıyorum. Genelde öğrencilerde kreatif düşünme baskısı oluyor. Bu da olumsuzlukla sonuçlanıyor. Sektör, çok baskıcı ve zorlayıcı olabiliyor. Dünyada dizi sektöründe dizi satışında ikinci sıradayız. Yani neredeyse her ülkede varız. Kreatif düşünceyi öğrencilerde baskılamak ve çok zorlamak iyi bir sonuç çıkarmaz. Senaryo yazarları, genellikle yazılarını sorgular. Bazen eğitim eksikliği oluyor. Öğrenciler eğitim aldıktan sonra direkt bir işin başına geçmeyi ve bir anda her şeyin gerçekleşmesini umuyorlar. Ama bu gerçekleşmiyor. Sektörden örnek verecek olursam, Disney'in 20 projeye sektöre girmesi büyük bir adımdır. Kreatif düşünceyi anlatırken parça parça anlatmak daha açıklayıcı olabilir. İletişim ve güzel sanatlarda o iş sürecinin zorluğunu öğrencilere anlatmakta zorluk yaşıyoruz.



İbrahim Elma
(Yapımcı)

Kurumsal iletişim yöneticisiyim. 10 yıllık iş tecrübem var. 5 yıldır da Albayrak Grubu'nda çalışıyorum. Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi mezunuyum. İş hayatında teorik bilgi önemli olduğu kadar deneyim de önemlidir. Reklamcılık okumadan önce, bu alanda okuyacağımı bildiğimden lise sonunda eğitimler aldım. Yayınevinde çalıştıktan sonra Albayrak Grubu'na geçtim. Süreçte, hiçbir konuya hâkim olmadan gelen birçok öğrenci ve stajyer var. Ama Medipol'den bilgisiz gelen hiçbir öğrenciye rastlamadım, ilgili

geliyorlar. Stajyer, işi yaparken bu iş için maaş alan biri var ben niye bunu yapıyorum diyerek, bu işe ilgisi olmadığını gösteriyor. Stajyerlerin ve öğrencilerin e-posta atma kurallarını ve yazma kurallarını iyi bilmeleri gerektiğini düşünüyorum. Bir olumsuz özellik ise çok sabırlı değiller. Her şeyin bir anda olup bitmesini bekliyorlar. İş planlama ve yönetme kısmında stajyerler zorlanıyorlar. Genel kültürün geliştirilmesi adına öğrencilere yakın tarih dersleri verilebilir diye düşünüyorum.

Fatih Emre Tuğrul
(Albayrak Grubu İletişim Yöneticisi)



IV. DIŞ PAYDAŞLAR ÇALIŞTAYI

IV. Dış Paydaşlar Çalıştayı, 23 Haziran 2022 tarihinde İstanbul Medipol Üniversitesi Kavacık Kuzey Kampüsü'nde gerçekleştirilmiştir. Çalıştayı gündemi şu şekildedir:

Çalıştay Gündemi

1. İletişim Fakülteleri ve Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Başlıklı Sunum
2. Sektör Temsilcilerinin İletişim Eğitimine Yönelik Görüş, Öneri ve Beklentileri
3. Akademi-Sektör Ortak Proje Önerileri



2018'de 2 çalıştay yapıldı. Ve bunlardan çok fazla ders çıkardık ve faydasını gördük. Dışarıdan öğrencilere yarar sağlayacak, yarar sağlayacağını düşündüğümüz hocaları alıyoruz. Bazı mesleklerin İstanbul'da olması gerektiğine inanıyorum. Öğrenci derslere gelmeye çalışıyor ama bir yandan da çalışmaya başlıyor. Gündemimizin açılış sorusu, mezunların iş hayatına entegrasyonuna

Prof. Dr. Ali Büyükaşlan
(İstanbul Medipol Üniversitesi
İletişim Fakültesi Dekanı)



nasıl katkı sağlanabilir? Sizin istekleriniz, eksik bulduklarınız? Bu sorulara yanıtlarınızı bekliyoruz. Stajyer alımlarında birinci sınıflarda yetenekli öğrenci varsa staja gönderiyoruz ve primini yatırıyoruz. Akademi ve sektör iş birliğinde bize neler önerirsiniz? Başarılı öğrencinin elinden tutuyoruz. Ve mezun olana kadar sizden aldığımız bilgilerle, fikirlerle eğitimini sağlıyoruz.

Öğrenciler utangaç ve çekingen olabiliyor. Ama sektör böyle bir sektör değil. Bunun için drama kurslarına katılmalarını teşvik ediyoruz. Öğrencinin kazanç sağlaması için adımlar atmaya başladık. Ben ne istiyorum, kişiliğime uygun ne var sorularını cevaplamaları sağladık. Akademik taraf kuvvetli ama mesela pazarlama araştırması alanında çalışmak isteyenlerin çok meraklı olması gerekir. Harvard Üniversitesi'nin misyonu şu: Biz maaşlı çalışan yetiştirmiyoruz, kendi şirketini kuracak insan yetiştiriyoruz. Biz gençlere öğretiyoruz ama onlar da bizlere sosyal medya uzmanlığını öğretiyorlar. Youtube kanalı açma ve sosyal medya kullanımı hakkında eğitim verilebilir.



Meltem İnan
(TRT World Program Müdürü)



İletişimde başarı için iletişim becerilerinin yüksek olması lazımdır. Bunun için dersler yapılmalı. Çene çalıştıracak ki karşı taraf ikna olacak. Satış pazarlaması için ayrı olarak ders olmalı. Amatörler ve bütçe arayan öğrenciler, kendi işlerini iyi pazarlamak zorundadır. İletişimin kendisini öğrenmek de işini yapmak ve öğrenmek kadar önemlidir. Yargılanma korkusu var. Bir örneğe rastladım. Bu örnekte haftada bir kez bir rock grubu sadece saçmalamak için toplanıyorlar. Bu toplanmaların amacı, sonrasında ilham ve

iyi fikirlerin gelmesini sağlamak. Süreç sayesinde muhteşem fikirler ortaya çıkabilir. Kimse sizi yargılamayacak. Z kuşağı ile çalışırken genelde sorun yaşamıyoruz. Ama mesela bir şey için olmaz deyince neden olmaz diye onları ikna etmek zorunda kalıyoruz.

Staj noktasında üniversitelerle sektör arasında büyük bir kopukluk var. Mesela 30 günlük bir program ortaya kolayca koyulabilir. O programda her alanı görmesi için eğitim verilebilir. Amerika'da bunun gibi bir program gerçekleşmiş. Parti parti şeklinde eğitim veriyorlar. Bunu bir kanal stajı gibi yapıyorlar. Ve çalışan kişilere "gölge eleman" deniliyor. Mesela sunucu ile geziyorlar. Günlük yaşantılarının bir parçası olup işi öğreniyorlar. O kişinin çalışması beklenmiyor. İleride çalışmak istediği kısımlarda da neler yapıyor onu öğreniyor. Kurum için bu sorun değil. Ama öğrenci için zor olabiliyor.



Prof. Dr. Meliha Nurdan Taşkıran-
İstanbul Medipol Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Radyo Televizyon ve Sinema Bölüm Başkanı



Öğrencilerimiz mülakatlardan hep olumsuz sonuçla geri dönüyor. Eş dost olmadıkça bir yer bulmak zor oluyor. Bu dediklerinizi yaparsak çok iyi olur. Staj eksikliği öğrencilerin en çok zorlandığı kısımdır. Stajyer alımları yapacak şirketlere ihtiyacımız var. Paydaşların protokol yapması, kesin bir sonuç ortaya çıkarır. Sektöre girmek isteyen birçok öğrenci var ama yer bulamıyorlar.

Staj programları noktasında Türkiye’de kurumlardan az talep var. Personel ve stajyer arkadaşların bir yere girmesi için bir kurumun talebinin gerekli olduğuna inanıyorum. Bu talebi oluşturma noktasında çalışmalar yapılması faydalı olacaktır diye düşünüyorum.



Ferda Ankun
TRT Eğitim Araştırma Dairesi
Kıdemli Uzman



Yusuf Ziya Çatakl
İletişim Platformu Başkanı

İletişim fakültelerinde birçok anlaşmalı çalışmamız var. Medipol bu sektörü iyi imkanlarla değerlendiriyor. İmkanlarını görme ve inceleme fırsatım oldu.

İletişim fakültelerinin diplomalarının değerli olması gerekli. Birinci sınıftan itibaren insanlar iş aramaya başlıyorlar. Belli bir bölüme girmişler ise üniversite ortamı öğrenciyi tatmin etmiyor. Öğrencileri yazın yurtdışına götürmek için programlar oluşturuyorlar. Kişi, iletişimden mezun olmasa da bu gibi ayrıntılarla iletişim mezunlarının önüne geçebiliyor.

Akın Şahin
(Kantar Media Genel Müdür Yardımcısı)



Kuşak farkına inanmıyorum bir araştırmacı olarak. Detayda bir değişim, Z kuşağının altında da farklı farklı bölümler olduğuna inanıyorum. Şartlar zor olursa farklı alanlarda da çalışma olabilir. Dünya görüşleri, farklılıkları incelenebilir. Bilgiyi bilmek önemli değildir. Bilgiyi yönetmek önemlidir.

Etik dersi ve yönetim dersi almamış öğrenciler var. Bu sektörde olumsuz sonuçlar yaratıyor. Çok önemli verileri ve konuları işliyoruz. Ölçeğimiz verileri üretirsek, daha sağlam adımlar atarız. Biz stajyer almı yapmıyoruz.

İlk toplantıda da bahsettiğim bir olay var. Bir gün sınavda gözetmen iken bir bilgisayar odası gördüm. Kilitliydi ve açılmasını rica ettim. Bilgisayarların üzerinde “dokunmayın bozulur” yazısı vardı. Bu da gelecek nesillerin bir şeyler bilmeden hareket etmelerini sağlar. Biz ise bunun tam tersini gösteriyoruz. Dokunsun bozulsun ama yeter ki öğrensin. Biz böyle bir nesil yetiştirmek istiyoruz.

Prof. Dr. Ali Büyükaşlan
(İstanbul Medipol Üniversitesi
İletişim Fakültesi Dekanı)



Nitelikli öğrenci yetiştirmeyi amaçlayan eğitimler olmalı. Bizim kapalı 400 kişilik bir grubumuz var. Kurguyu bilmek, dil bilgisine önem vermek gibi ayrıntılara dikkat edilmeli. Stajyer aranıyor ama İstanbul'da staj yeri bulmak zordur.

İletişim mühendisliği kavramı önem kazanıyor. Bu doğrultuda eğitimi dizayn etmeliyiz. Ayrıca, verinin önemini hiç unutmamalıyız. Veri depolama ve veri kullanımı, öncelik verdiğimiz konular arasında olmalı diye düşünüyorum.



Dr. Öğr. Üye. Saadet Uğurlu
İstanbul Medipol Üniversitesi
İletişim Fakültesi

Kariyer ofisi, staj yapmak isteyen tüm öğrencilere fırsatlar yaratmak istiyor. Öğrencilere her zaman yardım ediyoruz. Öğrencilerin neyi sevip sevmediklerini tespit etmeyi amaçlıyoruz. Mülakat simülasyonlarına uygun altyapıya sahibiz.

Ayrıca İletişim Fakültesi özelinde; derslere sektörden konuk konuşmacıların davet edilmesi, ajans gezileri, fakülteye bağlı öğrenci kulüplerine ait etkinliklerin desteklenmesi gibi noktalarda katkılar sunmaya çalışıyoruz.



Emre Urfah
İstanbul Medipol Üniversitesi
Kariyer Ofisi Yöneticisi)



Enes Can
Anadolu Ajansı
İstanbul Haberleri Editörü

İstanbul'da Marmara Üniversitesi'nde okudum. Medipol Üniversitesi'nde son zamanlarda atılan adımları görmekteyim. Öğrenci; hangi işte daha iyiyse, hangi konuya eğilimi daha fazla ise ona göre iş ortamları bulmasının gerekli olduğunu düşünüyorum. Biz, yeteneklere bakarak onlar için staj kapıları açıyoruz. Ben editör olarak başlamak istiyorum diyen öğrenciden 5N 1K'yı bana getirebilecek mi bunu cevaplamasını istiyoruz.

Ajans, haber açısından diğer tüm kuruluşlardan iyidir. İletişim fakültelerinin sorunu teorik eğitimde çok iyi ama uygulamada eksik kalmasıdır. Uluslararası

medya İstanbul'dadır. İletişim fakültelerinin her yerde açılmaması gerektiğini düşünüyorum. 10 iletişim mezunundan 3 kişi bu işi yapıyorsa burada bir sorun vardır. Bu tür konularda paydaşların, iş paydaşlarının bilgi toplama ve bilgi alışverişi yapması önemlidir. Muhabirlik pozisyonu için görüşmeye gelen kişiler, mesleği bilmeden geldiklerinden farklı alanlara kayıyorlar ve bu durumdan korkuyorlar.

Sosyal medyada teyit yoktur. Sosyal medyada linç olduğundan suçlamayla bir kişi öldürülebilir ve öldürüldü. Sonrasında yalan haber olduğu ortaya çıkmıştır. Ajansın sorumluluğu önemlidir. Gazetecilikte bir kumaş olması gerekir. Azim olacak ve her şeyi araştıracak. Bir sunum varsa direkt bilgiyi almayacak, araştıracak. İletişim fakültesi öğrencileri bu kısmı ciddiye alırsa daha iyi olur. Elimde imkân olsa her ilçeye muhabir yerleştirmek isterim. Kamu haberciliğinin ne olduğunun bilinmesi gerekiyor. Ve ders olarak bu konunun getirilmesi gerektiğini düşünüyorum.



Dijitalleşme gazetelerin hepsinin sorunu. Yerelde ama bu çok daha kötü durumda. Medyada pandemi sonrası dijitalleşme çok fazla oldu. Yerel gazeteler, dijitalleşme eğitimi almalıdır. Yerel medyanın çalışma örneklerini incelemeliyiz. Genç kuşak yerel gazete sahiplerine yönelik çalışmalar, eğitimler yapmalıyız. Memleketimizin haber sitelerine girince hiç üst düzey bir web sayfası yoktur. Dijitalleşmeye, Google ve Youtube eğitimlerine ağırlık vermeliyiz.

Bir TV programında stajyerler şunu sorabiliyor biz ekrana ne zaman çıkacağız? Gençler, tecrübeyi duymak istemiyorlar, deneyerek öğrenmek istiyorlar. Anadolu'da bunu öğretmek için ve kafa karışıklığını azaltmak için eğitimler verilebilir.



İbrahim Özkahyaoglu
Basın İlan Kurumu Kurumsal
İletişim Uzmanı



TÜRETİCİ ATÖLYESİ WORKSHOP

TÜRETİCİLİĞİN KEŞFİ İÇİN SENİ STANDIMIZA BEKLİYORUZ.



DÜZENLEYEN : TÜRETİCİ ATÖLYESİ
TARİH : 15 ARALIK 2022 PERŞEMBE
SAAT : 09.00-17.00
YER : GÜNEY YERLEŞKESİ GİRİŞ KATI

📍 tureticiatolyesi

ÖDÜLLÜ
EN BAŞARILI
TÜRETİM
YARIŞMASI

SONUÇ

İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi kurulduğu günden bu yana güçlü bir akademi-sektör iş birliğinin iletişim eğitiminde niteliğin sağlanması adına ne denli önemli olduğundan hareketle eğitim-öğretim faaliyetlerini sürdürmektedir.

İlk ikisi 2018 yılında düzenlenen Dış Paydaşlar Çalıştayı, tüm dünyayı olumsuz etkileyen pandemi nedeniyle 2022 yılında gerçekleştirilebilmiştir. Çalıştaylar arasında geçen sürede fakültemiz pandemi şartları altında ilk mezunlarını vermiştir. Pandemi sürecinde paydaşlarımızla fiziki olarak bir araya gelinemesi de teknolojik imkânların da katkısıyla çevrimiçi olarak görüşmeler sağlanarak zaman zaman fikir alışverişi gerçekleştirilmiştir.

Bu sene üçüncüsü ve dördüncüsü düzenlenen çalıştaylara kadar geçen süre zarfında ilk iki çalıştayın çıktıları değerlendirilmiş ve sektör paydaşlarının önerileri doğrultusunda müfredat değişiklikleri gerçekleştirilmiştir.

Öğrencilerin eğitim hayatında uygulamaya yönelik yapısıyla büyük önem teşkil eden staj sürecinin de bir formaliteden öte etkili bir sektörel tecrübe kazanma platformu olması adına paydaşlarımızla yapılan istişareler neticesinde fakültemize özel “mesleki uygulama” modeli ortaya çıkmış ve uygulamaya konmuştur.

Yine ilk çalıştaylarımızda Medipol Medya Merkezi'nin hayata geçirilmesinin önemi ortaya konmuş ve Medipol Medya Merkezi'ni verimli bir şekilde kullanmaya yönelik proje önerileri geliştirilmiştir.

İlk iki çalıştayımızın belki de en önemli çıktısı fakültemizin akreditasyon sürecine hazırlanması noktasında olmuştur. Çalıştaydan elde edilen sonuçlar, akreditasyon hazırlıklarımıza başta müfredat güncellemesi olmak üzere büyük katkı sağlamıştır.

Pandemiden iki yıl kadar önce gerçekleştirilen ilk çalıştaylarda ortaya konan; dijitalleşmeye yönelik becerilerin öğrencilere kazandırılması, yapay zeka, artırılmış gerçeklik ve blokzincir gibi konuların özellikle öğrencilere aktarılması gibi öngörü ve tavsiyelerin ne kadar isabetli olduğu pandemi ve pandemi sonrası süreçte ortaya çıkmıştır. Kripto para, bitcoin ve metaverse kavramlarının ön plana çıkışı da sektör paydaşlarımızın öngörülerinin doğruluğunu ortaya koymuştur.

Fakültemiz açısından verimli geçen ve eğitim-öğretim niteliğimize katkı sağlayan ilk iki çalıştayın ardından ve araya giren zorlu pandemi sürecinden sonra gerçekleştirilen çalıştaylarımızda doğal olarak; pandemi sonrası iş dünyası, iletişim eğitimi, istihdam, pandemi mezun olanların iş hayatına entegrasyonu gibi konular ele alınmıştır.

İstihdam noktasında özellikle pandeminin ortaya çıkardığı bilgi açığının kapatılması adına genel kültür düzeyinin artırılmasının önemi ortaya konurken, pandemi izolasyon sürecini fırsata çevirerek kendisini çeşitli eğitimlerle ve becerilerle donatan mezunların diğer mezunlara göre daha avantajlı olduğu vurgulanmıştır.

Sürekli medyanın ve kamuoyunun gündeminde yer alan Z Kuşağına yönelik popülist yaklaşımlardan uzak bir şekilde nasıl bir hareket stratejisi geliştirilmesi gerektiği tartışılmıştır.

Paydaşlarımızla yapılan istişarelerde Z Kuşağı kavramının içini boşaltmaktan ziyade kuşak kavramının net bir şekilde özümsemesi gerektiği, kuşaklararası farkların gözlemlenip ve kuşaklararası iletişim becerilerinin özellikle akademisyenler noktasında geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Çalıştay Sonucunda Ortaya Çıkan Tespitler, Beklenti ve Öneriler

Çalıştaylarımızın gündemleri doğrultusunda değerli sektör paydaşlarımızın görüşleri ve tavsiyelerinden hareketle şu hususlar ortaya konmuştur:

- Sektör yöneticileriyle iletişim kanallarını açık tutan sektör ziyaretlerinin ve paydaş toplantılarının önemi vurgulanmıştır.
- Belirli aralıklarla sektör yöneticilerine yönelik yapacağımız ziyaretlerde kendilerinin beklentilerini öğrenmek adına; ölçeklendirilmiş anket soruları ve açık uçlu yarı yapılandırılmış görüşme formlarıyla sürekli bilgi akışını sağlama konusunda görüş birliğine varılmıştır.
- Paydaşlarımız, genel bir değerlendirme olarak mezunlarımızın araştırma yöntemleri konusunda sadece akademik olarak değil aynı zamanda sektörde yapılan araştırmalar konusunda da eğitilmeleri gerektiğini ifade etmişlerdir.
- Mobil hayatın öğrencilere yazma ve ifade etme gücü olarak yansıdığı göz önüne alındığında, öğrencilerin yazma ve ifade etme gücünü gidermek adına Türk ve dünya klasiklerinin okunmasını teşvik edecek çalışmalar yapılmalıdır.
- Dil öğreniminin sorun olmaktan çıkarılması zorunluluğu üzerinde önemle ve defaetle durulmuştur.
- Öğrencilerin sektöre girdiklerinde kendilerini hazır hissetmeleri için bazı etkinlikler yapılmalıdır; örneğin mülakat simülasyonu gibi etkinlikler ya da müfredata bu amaçla bir uygulama konulmalıdır.
- Öğrencilerin hem kendilerini daha iyi ifade edebilmeleri hem de yaptıkları ya da yürütecekleri bir proje, ödev, kampanya vb. etkinlikleri daha anlaşılır şekilde ortaya koyabilmeleri için oyunlaştırma ve hikayeleştirmeyle ilgili ders ya da uygulamalar konulmalıdır.
- Öğrencilerin sektörde kullanılan terminolojiye hâkim olmadıkları zaman zaman gözlenmektedir. Bu eksikliğin giderilmesi için bir ders ya da etkinlik planlanabilir.
- Öğrencilerin günümüzün teknolojisine hazırlanmaları beklenen bir şeydir.

Ancak asıl arzulanan geleceğin teknolojilerini hazırlanabilecekleri bir eğitim-öğretim müfredatının oluşturulmasıdır. Bu amaçla öğrencinin geleceğin alt yapısını oluşturacak teknolojiye sadece bilgi düzeyinde değil uygulama düzeyinde de hâkim olması sağlanmalı; bu amaçla deneyimlerinin artırılması yoluna gidilmelidir.

- Etik değerlerin hem meslek hem de hayatın akışı içerisindeki önemi vurgulanmıştır. Bu amaçla öğrencilerin etik değerler konusunda bir eğitimden geçmeleri gerekmektedir.
- Öğrencilerin olaylara daha geniş perspektiften bakmasını sağlamak için kültürel etkinliklerin önemi vurgulandı. Hafızanın diri tutulması amacıyla hem Türk dünyası hem de uluslararası coğrafyalara ilişkin edinilen bilginin önemi üzerinde duruldu.
- Yeni dünyanın dili videodur. Kastedilen görsel öğrenme ve dolayısıyla görsel etkinin öneminin hem içerik üretiminde hem de içeriğin çözümlenmesinde etkili olduğudur.
- Öğrencilerin sektöre ilişkin düşüncelerinin net olması için sektörün olana çıplaklığıyla kendilerine anlatılması gerekmektedir. Bu, onların sektöre daha da hazırlıklı olmasını sağlayacaktır. Örneğin Radyo Televizyon Sinema bölümü öğrencilerinin set ortamında mutlaka bulunmaları gerekir. Bu amaçla bu bölüm öğrencilerine ve arzu eden diğer bölüm öğrencilerine set ziyaretleri (gece gündüz) yaptırılmalıdır.
- Öğrencilerin ara eleman olma düşüncesini kabullenmeyip bir anda mesleğin zirvesine çıkma isteği, sektörün gerçekleriyle karşılaştıklarında düş kırıklığına uğramalarına neden olmaktadır.
- Öğrencilerin deneyim kazanarak öğrenmesinin sinemada özellikle gerçekliği kurgulamada önemli olduğu unutulmamalıdır.
- İletişim Fakültesi öğrencilerinin özellikle dizi setlerindeki yoğunluğun ve güçlüklerin farkına varmaları sağlanmalı ve bu sayede emin adımlarla yürümeleri teşvik edilmelidir.
- Öğrencilerin daha birinci sınıftayken meslekî uzmanlaşma konusunda bir testten geçirilmeleri ya da bir ön değerlendirme yapılarak yeteneklerine göre ders seçimlerinin yapılması sağlanmalıdır.
- Öğrencilerin sektöre hazırlanmaları amacıyla yapılan uygulama ve etkinliklerde onlara hata yapma hakkı verilmelidir.
- Genel kültür amacıyla öğrencilerin çeşitli etkinliklere katılmaları teşvik edilmelidir.
- Yaşadığımız çağ veri çağıdır. Öğrencilerin sahip oldukları ya da olabilecekleri verileri anlamlı olarak edinmeleri, okumaları ve çözümlenmeleri sağlanmalıdır.
- Müfredatta yer alan bazı derslerin tamamen değiştirilmesi ya da kaldırılarak yeni ders konması yerine bu derslerin modüler ders şeklinde yapılarak güncellenmesi bu amaçla da öğrenimde çeşitliliğin sağlanması yoluna gidilmelidir.

- Öğrencilerin mezuniyet sonrası sektöre hazırlıklı olmalarını sağlamak amacıyla sektördeki kimi kurum ve kuruluşlarla yapılacak görüşmelerle “gölge eleman” olmaları sağlanarak, onların mezuniyet sonrası hayata hazırlanmaları sağlanmalıdır.
- Akademisyenlerin meslekî körlüğe düşmemeleri adına meslek dışı etkinliklerle kendilerini güncellemeleri bir zorunluluktur.
- Medya Okuryazarlığı dersinin iletişim fakültesi mezunları tarafından verilmesi için kamu ve özel sektör ziyaretleri yapılarak, iletişim fakültesi eğitiminin önemi vurgulanmalıdır.
- İletişim fakültesi öğrencilerinin en azından bir alanda çok yetkin olmaları son derece önemlidir.
- Akademi-sektör iş birliğinin güçlendirilmesi noktasında sürekli iletişim halinde kalınmasının gerekliliği vurgulanmıştır.

Çalıştay Çıktıları Doğrultusunda Yapılan Güncellemeler

Çalıştay sonuçları fakülte dekanlığımız tarafından değerlendirildiğinde paydaşlarımızın önerileri doğrultusunda adımlar atılmasına karar verilmiştir. Bu noktada iletişim fakültesinde eğitim-öğretim faaliyetlerine ve sektör iş birliğine yönelik olarak şu hususlarda güncellemeler yapılması kararlaştırılmıştır:

- Akademik olarak verilen Araştırma Yöntemleri dersi, müfredatı sektörel araştırmaları da kapsayacak şekilde SPSS dersi almayan bölümlere de verilecektir. Bu konuda Kamuoyu Araştırmaları dersi müfredatı da güncellenecektir.
- Bölüm başkanları ve öğrenci temsilcileriyle görüşülerek, yazma ve ifade eksikliklerini gidermeye yönelik etkinlik ve müfredat güncellemesi konusunda görüşlerinin alınması kararlaştırılmıştır.
- Öğrencilerimize yabancı dil öğrenimi amacıyla arzu ettikleri takdirde hazırlık sınıfı okuyabilecekleri bilgisi verilmiştir. Ayrıca 1. Sınıfta verilen İngilizcenin yanı sıra 3. ve 4. sınıfın bahar döneminde de Meslekî İngilizce dersleri verilmektedir.
- Mülakat simülasyonu, İletişim Becerileri ve Sunum Teknikleri dersi müfredatına eklenecektir.
- Oyunlaştırma ve hikayeleştirme eğitimini desteklemek amacıyla; Dramaturji, Oyunlaştırmaya Giriş ve Oyunlaştırma Uygulamaları dersleri müfredatına eklenmiştir.
- 1. Sınıfta verilen alan giriş derslerinde sektörel terminolojiye hâkim olacak şekilde müfredat güncellemesi yapılarak, öğrencilerin terminoloji hakkında bilgilendirilmeleri sağlanacaktır.
- Öğrencilerimizin meslekî uygulamalara yönelik deneyimlerini daha da arttırmak üzere müfredatta güncelleme yaparak, medya merkezindeki birimlerimizi genişletme ve geleceğin teknolojisine alt yapı olacak şekilde güncel-

lenmesi programımıza alınmıştır.

- 2022-2023 müfredatında öğrencilerimize meslekî yeterlilik ya da meslek seçimi ölçeği uygulanarak, alınan sonuçlar doğrultusunda kendilerine hangi dersleri seçmeleri gerektiği konusunda yardımcı olunacaktır.
- Medya merkezimizde çalışmak isteyen öğrenci kontenjanı artırılarak öğrencilerin hata yapmalarına da imkan verilerek, bu hatalardan ders çıkarak olgunlaşmaları öngörülmektedir.
- Fakültemizin bütün bölümlerindeki öğrencilerimizin 8 yarıyıl boyunca mutlaka ulusal ve uluslararası ölçekte; sergi, bienal, panel, sempozyum, gala, konser, vb. etkinliklere her dönemde mutlaka bir kez katılmaları sağlanarak, bunu rapor halinde ders kapsamında sunmaları istenecektir. Öğrencilere bu rapor üzerinden not verilerek, bu raporların değerlendirilmesi sağlanacaktır.
- Hemen her derste öğrencilerin alana ilişkin verileri edinme, okuma ve çözümleme yöntemlerini öğrenmeleri için bazı dersler modüler olarak yapılacaktır. Bu derslerde alanın uzmanı hocalarımız, veri okuma ve çözümleme yöntemlerini öğrencilerimize öğretecektir.
- Bazı dersler, bölüm başkanlarıyla görüşülerek modüler ders haline getirilecek ve ders içerikleri güncellenecektir.
- Öğrencilerin mezuniyet sonrası sektöre hazırlıklı olmalarını sağlamak amacıyla sektör ziyaretlerinde bu konu gündeme getirilerek, anlaşmalar yapılması sağlanacaktır.
- Fakülte bünyesinde akademisyenlere yönelik yapılacak toplu etkinliklerle hem kurumsal aidiyetin geliştirilmesi hem de meslekî körleşmenin engellenmesi hedeflenmektedir.
- Medya Okuryazarlığı dersinin iletişim fakültesi mezunları tarafından verilmesi için kamu ve özel sektör ziyaretleri yapılarak, bu konu gündeme getirilecektir.
- Öğrencilere alan yetkinliği doğrultusunda bilgi vermek ve konunun önemini vurgulamak üzere Gazetecilik Türleri dersi modüler olarak yapılacak ve dersin son 4 haftasında konuyla ilgili uzmanlar davet edilecektir.

Dış paydaş çalıştaylarının çıktısı olarak sunduğumuz bu raporun yanı sıra değerli paydaşlarımızın görüşleri doğrultusunda şekillenen güncellemelerimizin verimliliği ve sonuçları hakkında da paydaşlarımıza bilgi akışı sağlanacaktır.

Türk Sinemasında Eskimeyenler

Artizan Sanat
Film Gösterimleri

10 Aralık
Cumartesi

Saat 16:00
Film Gösterimi

Filmin süresi: 95'

Saat 17:45
Söyleşi

Konuk: Ali Özgentürk

Moderatör: Tuba Deniz

Mekân: Artizan Sanat

İstanbul İleri Sanat Merkezi Projesi ESTCA tarafından desteklenmektedir.

Çalıştay Katılımcı Listesi (Alfabetik sıra ile)

Dış Paydaşlar Çalıştayı III

- Prof. Dr. Ali Büyükaslan-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı
- Dr. Arda Süar-Marduk Digital Ajans Başkanı
- Doç. Dr. Başak Gezmen-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölüm Başkanı
- Betül Şekeroğlu-Pera Mind e-Ticaret ve Sosyal Medya Ajans Başkanı
- Burak Özcan-Bugy Creative Kurucu
- Emre Urfalı-İstanbul Medipol Üniversitesi Kariyer Ofisi Yöneticisi
- Fatih Aydın-Albayrak Grubu İK Müdürü
- Fatih Emre Tuğrul-Albayrak Grubu Kurumsal İletişim Yöneticisi
- İbrahim Elma-Yapımcı
- Doç. Dr. İhsan Eken-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekan Yardımcısı
- İlayda Salman-İstanbul Medipol Üniversitesi Kariyer Ofisi Uzman Yardımcısı
- İsmail Halis-Köşe Yazarı&Programcı
- Dr. Öğr. Üye. Korhan Mavnacıoğlu-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekan Yardımcısı
- Sefa Karahan-1,618 Ajans Başkanı
- Selin Bereket-Roiva Hub Eğitim Koordinatörü
- Dr. Öğr. Üye. Yeşim Esgin-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi
- Doç. Dr. Yusuf Özkır-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölüm Başkanı
- Veli Bahçeci-Roiva Hub Kurucu

Çalıştay Katılımcı Listesi (Alfabetik sıra ile)

Dış Paydaşlar Çalıştayı IV

- Akın Şahin-Kantar Media Genel Müdür Yardımcısı
- Prof. Dr. Ali Büyükaslan-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı
- Doç. Dr. Başak Gezmen-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölüm Başkanı
- Emre Urfalı-İstanbul Medipol Üniversitesi Kariyer Ofisi Yöneticisi
- Enes Can-Anadolu Ajansı İstanbul Haberleri Editörü
- Ferda Ankun-TRT Eğitim Araştırma Dairesi Kıdemli Uzman
- İbrahim Özkahyaoğlu-Basın İlan Kurumu Kurumsal İletişim Uzmanı
- Doç. Dr. İhsan Eken-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekan Yardımcısı
- Dr. Öğr. Üye. Korhan Mavnacıoğlu-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekan Yardımcısı
- Prof. Dr. Meliha Nurdan Taşkiran-İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölüm Başkanı
- Meltem İnan-TRT World Program Müdürü
- Dr. Öğr. Üye. Saadet Uğurlu -İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi
- Yusuf Ziya Çataklı-İletişim Platformu Başkanı

Kaynakça

Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2001). "İletişim", Cumhuriyet Döneminde Türkiye'de Bilim Sosyal Bilimler-II, TÜBA, Ankara, ss. 1-10.

Büyükaslan, A, Mavnacıoğlu, K. (2017). "İletişim Fakültesi Ders Müfredatlarının Sektörün Nitelikli İşgücü Talebine Uyumu". Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD), 3 (2), 219-233.

Dünya Sıralamalarında Medipol, <https://www.medipol.edu.tr/universite/dunya-siralamalarinda-medipol>, Erişim Tarihi: 05.11.2022.

Sayılarla Medipol, <https://www.medipol.edu.tr/universite/sayilar-la-medipol>, Erişim Tarihi: 30.09.2022.

Türkiye Eğitim, Sağlık ve Araştırma Vakfı, www.tesa.org.tr, Erişim Tarihi: 30.06.2018.

ÖSYM 2022 YKS Tercih Kılavuzu, <https://www.osym.gov.tr/TR,22587/2022-yuksekokretim-kurumlari-sinavi-yks-kilavuzu.html>, Erişim Tarih: 20.10.2022.

Uzun, R. (2007). "İstihdam Sorunu Bağlamında Türkiye'de İletişim Eğitimi ve Öğrenci Yerleştirme", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 25 Yaz-Güz, ss.117-134.

Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, www.istatistik.yok.gov.tr, Erişim Tarihi: 25.09.2022.

Yükseköğretim Program Atlası YÖK Atlas, <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-anasayfa.php>, Erişim Tarihi: 20.09.2022.