



2022 – 2026
FENERBAHÇE ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
STRATEJİK PLANI

MAYIS 2022

FENERBAHÇE ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
2022 – 2026 STRATEJİK PLANI

İÇİNDEKİLER

DEKANIN SUNUŞU

GENEL BİLGİLER

Tarihçe

Fakülte Yönetimi

Organizasyon Şeması

KALİTE GÜVENCESİ

MEVCUT DURUM

Mevzuat

Eğitim Öğretim

Fiziksel Yapı

Araştırma

İnsan Kaynakları

BİRİM 2022 – 2026 STRATEJİK PLANI

İç Paydaş Analizi

Dış Paydaş Analizi

SWOT Analizi

STRATEJİK ALAN, HEDEF, FAALİYET VE GÖSTERGELER

Stratejik Alan 1: Eğitim Öğretim

Stratejik Alan 2: Araştırma ve Geliştirme

Stratejik Alan 3: Toplumsal Katkı

Stratejik Alan 4: Yönetim Sistemi

SONUÇ

DEKANIN SUNUŞU

Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin temel misyonu; daima ileri bakan, yenilikçi ve sorgulayıcı iletişimciler yetiştirmektir. Fakültemiz, dijital dönüşümün gerekliliklerine uygun eğitim planı ile öğrencilerini donanımlı iletişim uzmanları olarak iş dünyasına ve akademiye hazırlamaktadır. Anlam üretmede kelimelerin yanı sıra görsel ve işitsel öğelerin taşıdığı önem; öğrencilerimize dijital uygulamalarla desteklenen bütünlük bir eğitim sunmamızın temel nedenidir. Bu bağlamda, eleştirel düşünce geliştirebilen ve teorik bilgilerini uygulamaya dönüştürebilen yetkin öğrenciler mezun etmek, fakültenin önemli misyonlarından birisidir. Güçlü akademik kadromuzun yanı sıra uluslararası standartlarda hazırlanmış müfredatlarımız kapsamında “Halkla İlişkiler ve Reklamcılık”, “Radyo, Televizyon ve Sinema” ve “Yeni Medya ve İletişim” olmak üzere üç lisans bölümümüz mevcuttur.

2022 – 2026 Stratejik Planı, fakültemizin mevcut durumu ile ulaşmayı arzu ettiği durum arasında izlenecek yol haritasını belirlemek, geleceğimiz olan gençlerimizin eğitim öğretim ve toplumsal katkı alanlarında başarısını arttırmak açısından büyük bir önem taşımaktadır. Bu nedenle, mevcut durumumuzu objektif bir şekilde değerlendirerek, 2022 – 2026 yıllarını kapsayan eylem planlarının oluşturulması, izlenmesi ve değerlendirilmesi öncelikli hedeflerimiz arasındadır.

Fakültemizin 2022 – 2026 yılları stratejik hedeflerinin saptanması amacı ile Stratejik Plan Komisyonu kurulmuştur. Komisyon içerisinde Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Radyo, Televizyon ve Sinema ve Yeni Medya ve İletişim Bölümü Öğretim Üyeleri yer almaktadır. Stratejik Plan Komisyonu'nda yer alan Öğretim Üyelerinin adları Tablo 1. 'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Stratejik Plan Komisyon Üyeleri

| Stratejik Plan Komisyon Üyeleri | |
|--|--|
| Prof.Dr.Nurhan Zeynep TOSUN | Dekan / Komisyon Başkanı |
| Prof. Dr. Neşe KARS TAYANÇ | Radyo, Televizyon ve Sinema Bölüm Başkanı |
| Doç.Dr. Ece BABAN | Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Bölüm Başkanı |
| Doç. Dr. Elif Başak SARIOĞLU | Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü |
| Dr. Öğr. Üyesi Aysun EYREK | Dekan Yardımcısı - Yeni Medya ve İletişim Bölümü |

Stratejik planın oluşturulması için komisyon üyeleri belirli aralıklar yüz yüze ve çevrim

içi toplantılar düzenlemiştir. Fakültenin stratejik planının yeni oluşturuluyor olması nedeniyle her bir bölüm ayrıntılı olarak hazırlanmış, Öğretim Üyelerinin katkıları ile son şekli verilmiştir.

2022 – 2026 Stratejik Planı kapsamında Fakülte Öğretim Üyelerimizin yanı sıra Reklamcılık Vakfı Kurucusu ve Denetleme Kurulu Üyesi Ender MERTER, Türkiye Halkla İlişkiler Derneği Yönetim Kurulu Üyesi İpek ÖZGÜDEN ve Kurumsal İletişimciler Derneği Başkan Yardımcısı ve Yönetim Kurulu Üyesi Ayşenur AYDIN olmak üzere sektörün önemli temsilcileri dış paydaşlarımız olarak belirlenerek iş birliklerinin geliştirilmesi planlanmıştır.

Hedeflerimize ulaşmak için atılması gereken adımlar arasında Medya Merkezi'nin geliştirilmesi, lisansüstü programlarının desteklenmesi, akademik araştırmaların yanı sıra güçlü yönlerimizin artırılması ve zayıflıklarımızı üstünlüğe dönüştürecek iş birliklerinin sağlanması, özellikle öne çıkan konular arasındadır. Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi 2022 – 2026 Stratejik Planı'na uygun eylemlerde bulunmak, eylemlerin etki derecelerini raporlamak, iletişim alanındaki tüm gelişmeleri dikkate almak ve 2026 yılında güncellenecek Stratejik Plan'da zayıf yönleri azaltmak, güçlü yönleri arttırmak temel hedeftir.

Prof. Dr. Nurhan Zeynep TOSUN

İletişim Fakültesi Dekanı

GENEL BİLGİLER

Tarihçe

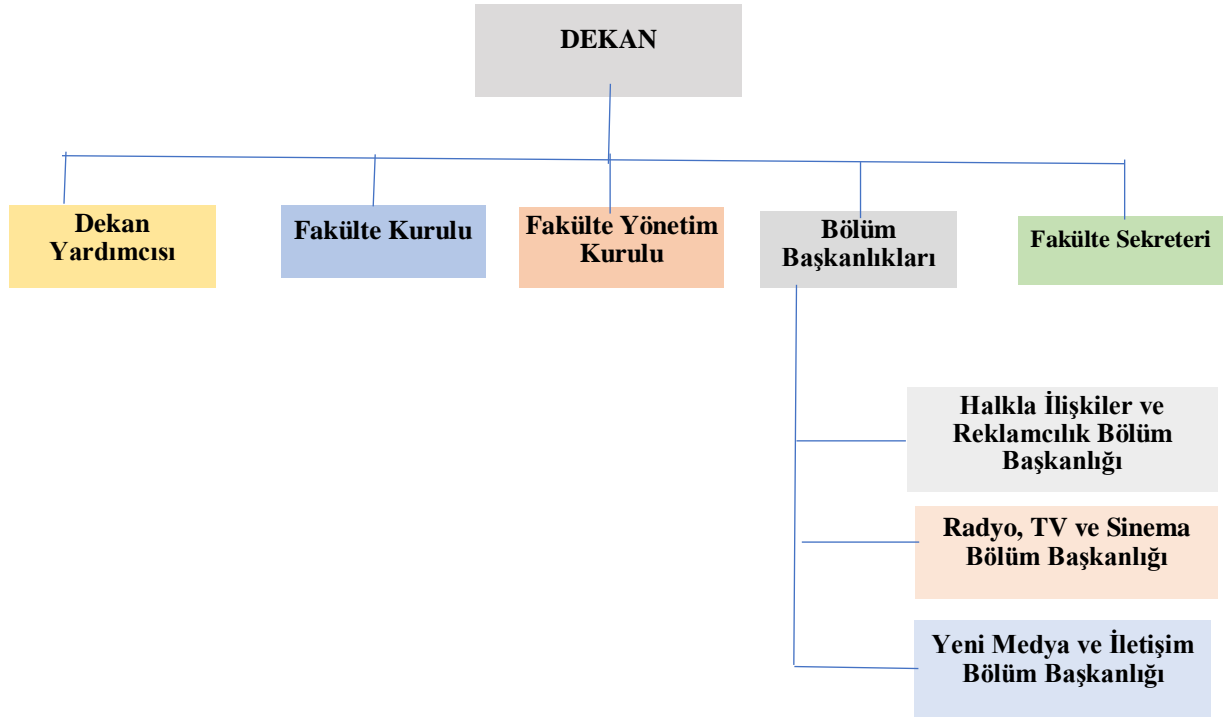
Fenerbahçe Üniversitesi, 16 Kasım 2016 tarihinde TBMM Genel Kurulu'nda kabul edilen ve 24 Kasım 2016 tarih 29898 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan kuruluş kanunu ile tüzel kişilik kazanmıştır. 6761 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun'un 11. Madde'si ile 2809 sayılı Kanun'a 172. Madde olarak eklenen maddeye göre; "İstanbul'da Fenerbahçe Eğitim, Kültür ve Sağlık Vakfı tarafından 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'nun vakıf yükseköğretim kurumlarına ilişkin hükümlerine tabi olmak üzere, kamu tüzel kişiliğine sahip Fenerbahçe Üniversitesi adıyla bir vakıf üniversitesi kurulmuştur. Bu Üniversite, Rektörlüğe bağlı olarak; a) Spor Bilimleri Fakültesinden, b) Sağlık Bilimleri Fakültesinden, c) Mühendislik ve Mimarlık Fakültesinden, ç) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinden, d) İletişim Fakültesinden, e) Sosyal Bilimler Enstitüsünden, f) Sağlık Bilimleri Enstitüsünden, g) Fen Bilimleri Enstitüsünden, oluşur." denilmiş ve Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi kurulmuştur.

Kuruluş çalışmalarının tamamlanmasının ardından 2018 yılı Nisan ayında Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Yeni Medya, Radyo Televizyon ve Sinema bölümleri ile açılan İletişim Fakültesi 2019 – 2020 eğitim-öğretim yılında Ataşehir Yerleşkesi'nde ilk öğrencilerini kabul etmiştir.

YÖK'ün 3 Şubat 2020 tarih 75850160-199-E.9188 sayılı kararı ile "Yeni Medya Bölümü"nin ismi "Yeni Medya ve İletişim" olarak değiştirilmiştir. Fakülte bünyesinde bulunan "Halkla İlişkiler ve Tanıtım" bölümünün isminin "Halkla İlişkiler ve Reklamcılık" olarak değiştirilmesi konusundaki talep, 2547 Sayılı Kanun'un 2880 Sayılı Kanun'la Değişik 7/d-2 Maddesi uyarınca uygun görülmüş ve 29 Ocak 2021 tarihinde bölümün adı değiştirilmiştir.

2019 yılında Fakültenin uygulama birimi Medya Merkezi kurulmuş, 2020 yılında faaliyete geçmiştir. 2021 – 2022 Akademik Yılı Güz döneminde Medya Merkezi bünyesinde Radyo FBÜ kurulmuş ve yayın hayatına başlamıştır.

Organizasyon Şeması



KALİTE GÜVENCESİ

Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin kalite güvencesinin öncelikli ilkesi YÖK'ün belirlediği misyon ve vizyonun doğrultusunda eğitim ve öğretim faaliyetlerini yürüterek, iletişim bilimi alanında hedeflenen ulusal eğitim-öğretim hedeflerine katkıda bulunmaktır. Bu ilke kapsamında İletişim Fakültesi çatısı altında gerçekleştirilen tüm eğitim ve organizasyonel faaliyetlerin kalitesini güvence altına almak hedeflenmektedir.

Üniversitemiz Kalite çalışmaları kapsamında, Fakültemiz bünyesinde Kalite Komisyonu kurulmuştur. Kalite Komisyonu; İletişim Fakültesi Dekanlığı başkanlığında, fakülte öğretim üyesi temsilcisi, öğrenci temsilcisi ve idari çalışan olmak üzere toplamda dört üyeden oluşmaktadır.

Tablo 2. Kalite Komisyon Üyeleri

| Kalite Komisyon Üyeleri | |
|------------------------------|--|
| Prof.Dr.Nurhan Zeynep TOSUN/ | Dekan / Komisyon Başkanı |
| Doç.Dr.Özlem ÖZDEMİR | Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğretim Üyesi |
| Nihal ÇAPAR | Fakülte Sekreteri |
| Burak ÖZKARPUZCU | Fakülte Öğrenci Temsilcisi |

Fakültemizin kalite politikası içerisinde; eğitim-öğretim, araştırma faaliyetleri, disiplinlerarası yaklaşım, yönetimde şeffaflık, hesap verebilirlik, toplumsal ve çevresel duyarlılık, uluslararası iş birliği, paydaşlarla güçlü ve sürekli ilişkiler geliştirme ve yenilikçi olma konularına öncelik verilmektedir.

Fakülte Kalite Güvence Politikası kapsamında üniversite ile uyumlu olarak kalite anlayışının fakültemizin tüm mensupları tarafından benimsenmesi, kurumsal aidiyetin sağlanması, gerekli araştırma ve değerlendirmelerin yapılarak kaynakların daha verimli kullanılması ve kalite hedeflerinin hayata geçirilmesi için gerekli çalışmaların gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir.

Fakültemizin eğitim kalitesinin artırılması için İletişim Fakültesi uygulama birimi olan Medya Merkezi, öğrencilerin ders içi ve ders dışı çalışmalarını gerçekleştirmek için 2019 yılında kurulmuştur. Öğrenciler, Medya Merkezi'nde aktif olarak çekim ve kurgu faaliyetlerini gerçekleştirmekte, televizyon, sinema ve reklamın tüm boyutlarını deneme imkânına sahip olarak kısa film projeleri, radyo programları, televizyon programları, reklam ve tanıtım filmleri yapımı ve atölye çalışmaları gibi uygulamalara katılabilmektedir. Öğrenciler aynı zamanda, çeşitli ulusal ve uluslararası yarışmalara hazırlanırken toplantılarını Medya Merkezi'nde yapmakta ve kendileri için oluşturulan alanlarda çalışmalarına devam etmektedir.

Medya Merkezi, 2021 – 2022 Güz döneminde kurulan Radyo FBÜ'yü de bünyesinde barındırmaktadır. Radyo FBÜ, yayın hayatına başladığı tarihten itibaren başta İletişim Fakültesi öğrencileri olmak üzere çeşitli fakültelerden öğrencilerin ve öğretim üyelerinin radyo programlarının günlük olarak üretildiği ve yayımlandığı bir uygulama birimi olmuştur. Radyo program yapım ve yayın süreçlerinin öğrencilere pratik alanda deneyim imkânı sunması sebebiyle oldukça önemlidir. Radyo FBÜ, Fenerbahçe Üniversitesi web sitesinde oluşturulan ikon ile internet üzerinden erişilebilir durumdadır ve 7 gün 24 saat müzik yayını yapmasının yanı sıra hafta içi günde altı farklı programla dinleyicilerine seslenmektedir. Medya Merkezi'nde yapılan çalışmalar da kalite güvencesini arttırmak adına önemli katkılar sağlamaktadır.

Üniversitemiz Kalite Komisyonu ve Kalite Güvence Koordinatörlüğü tarafından hazırlanan memnuniyet anketleri ile her akademik dönem sonunda öğrencilerimize ders değerlendirme anketleri uygulanmakta ve sonuçlar ilgili birimlerce değerlendirilmektedir.

MEVCUT DURUM

Mevzuat

Üniversite web sayfası www.fbu.edu.tr adresinde Mevzuat bağlantısı altında Yönetmelikler, Yönerge ve Esas ve Usular alt başlıkları altında yer almaktadır. Fakültemiz işlev ve görevleriyle ilgili olarak yönetmelik, yönerge ve esas ve usuller aşağıda başlıklar halinde aşağıda verilmiştir.

Yönetmelikler

- Ana Yönetmelik,
- İnovasyon, Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi Yönetmeliği,
- Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği,
- Ön Lisans ve Lisans Eğitim-Öğretim Yönetmeliği,
- Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi Yönetmeliği,
- Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi Yönetmeliği.

Yönergeler

- Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi,
- Akademik Etkinliklere Katılım Destekleme Yönergesi,
- Akademik Yayınları Destekleme Yönergesi,
- Arşiv Yönergesi,
- Belge Yöntemi ve İmza Yetkileri Yönergesi,
- Çift Anadal ve Yandal Programı Yönergesi,
- Eğitim ve Öğretim Programları Tasarım ve Güncelleme Yönergesi,
- Engelli Öğrenci Birimi Yönergesi,
- Kalite Güvence Yönergesi,
- Kısmi Zamanlı Öğrenci Çalıştırma Usul ve Esasları Yönergesi,
- Kütüphane ve Dokümantasyon Birimi Yönergesi,
- Müfredat ve Mevzuat Komisyonu Yönergesi,
- Öğrenci Konseyi Yönergesi,
- Öğrenci Kulüpleri Yönergesi,
- Ön Lisans ve Lisans Muafiyet ve İntibak İşlemleri Yönergesi,
- Ön Lisans ve Lisans Programlarına Yurt Dışından Öğrenci Kabulü Yönergesi,
- Yayınlar Yönergesi,
- Yaz Okulu Yönergesi.

Esas ve Usuller

- FBÜ Öğrenci Davranış Kuralları ve Hakları,
- Ön Lisans ve Lisans Programları Bilişim Teknolojileri ve Information Technologies Dersleri Muafiyet Uygulama Esasları,
- Ön Lisans ve Lisans Programları İngilizce Dil Dersleri Muafiyet Uygulama Esasları,
- Ölçme ve Değerlendirme Materyalleri Toplanma Saklanma Uygulama Esasları,
- Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Planı,
- Üniversiter Yaşam ve Kültür Dersi Uygulamaları,
- Toplumsal Sorumluluk Projesi Tematik Seçmeli Dersi Uygulama Esasları,
- Toplumsal Hizmet Uygulamaları Dersi Uygulama Esasları,
- Gönüllü Staj Uygulama Esasları.

Eğitim Öğretim

Fakültemiz bünyesinde Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Radyo, Televizyon ve Sinema, Yeni Medya ve İletişim olmak üzere üç bölüm faaliyet göstermektedir. Yeni açılması planlanan lisans bölümlerimiz “Görsel İletişim Tasarımı” ve “Dijital Oyun Tasarımı”dır. “Stratejik Marka Yönetimi”, “Yeni Medya Yönetimi”, “Medya ve İletişim Çalışmaları” açılması planlanan tezli ve tezsiz yüksek lisans programlarıdır.

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü eğitim hayatına İletişim Fakültesi’nde Halkla İlişkiler ve Tanıtım adı ile başlamış ve 2019 – 2020 yılı eğitim öğretim döneminde güz ve bahar dönemi ders programları halkla ilişkiler bilim dalını merkeze alarak oluşturulmuştur. Halkla ilişkiler ve Tanıtım program müfredatı 1. ve 2. yarıyılıda halkla ilişkilerin ve iletişimin temelleri hakkında öğrencilere temel teorik bilgiyi kazandırmayı hedeflemiş, 3. ve 4. Yarıyılıda ise disiplinlerarası derslere ağırlık vererek öğrencilere iletişim alanına geniş bir bakış açısı sunmayı hedeflemiştir. Temel derslerin yanı sıra alan seçmeli dersler de sunularak iletişim ve halkla ilişkiler alanında öğrencilerin kendilerini ilgi alanlarına göre geliştirmesi hedeflenmiştir. Müfredat programında 5. ve 6. yarıyıllarda alan ve tematik seçmeli derslere ağırlık verilerek, öğrencilerin hem kendi alanlarında hem de üniversitede eğitim veren diğer fakültelerin ilgili alanlarında kendilerini geliştirmesi hedeflenmiştir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünün 7. ve 8. yarıyılında ise “Bitirme Projeleri” ile “Alan Seçmeli” ve “Tematik Seçmeli” derslere ağırlık verilmiştir. Alan seçmeli dersler halkla ilişkilerin disiplinlerarası çalışmalarda aldığı rolünü ve önemini anlatacak şekilde oluşturulmuş, bütünlük iletişim çalışmalarına ağırlık verilmiştir. Tematik seçmeli dersler ise halkla ilişkilerin iletişimde iknaya dayanan gücüne ve etkisine odaklanarak hazırlanmış; üniversite öğrencilerine iletişimin etkin kullanımının teorik ve

uygulama alanlarında anlatımına yönelik olarak hazırlanmıştır.

2021 yılında Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünün adının Halkla İlişkiler ve Reklamcılık olarak değişmesi ile müfredat reklam bilim dalının derslerini içerecek şekilde revize edilmiştir. 2020 – 2021 Akademik Yılı'nda Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı müfredatında yapılan değişiklikler sonucunda 1. yarıyıda “İletişim Çalışmaları” dersi “İletişimin Temelleri” olarak değiştirilmiş, “Haber Yazım Teknikleri” dersi yerine “Reklamcılık” dersi müfredata eklenmiştir. 2. yarıyıda “Halkla İlişkiler Yönetimi” dersinin adı ve kodunda değişiklik olmuş, ders yapılan intibak ile “Halkla İlişkiler Kampanya Yönetimi” olarak revize edilmiştir. Aynı yarıyıda “Haber Analizi ve Editörlük” dersi müfredattan çıkarılmış yerine “Reklam Kampanya Yönetimi” dersi eklenmiştir. 3. yarıyıda “Halkla İlişkiler Kampanyaları” dersi müfredattan çıkarılmış yerine “Kurumsal İletişim” dersi eklenmiştir. “Göstergebilim ve Çözümlemeleri” dersi “Göstergebilim Çözümlemeleri” olarak değiştirilmiştir. 4. yarıyıda “Fotoğrafçılık ve Dergicilik” dersi müfredattan çıkartılmış yerine “Tüketici Davranışları” dersi eklenmiştir. 5. yarıyıda “Siyasal İletişim” dersi, 6.yarıyıla konumlandırılmıştır. “Uluslararası İletişim ve Medya” dersi müfredattan çıkarılmış yerine “Marka Yönetimi” dersi ile “Siyasal İletişim” dersi eklenmiştir. “Bütünleşik Pazarlama İletişimi” dersi ise müfredattan çıkarılan “Uluslararası İletişim ve Medya” dersi yerine eklenmiştir. 6. yarıyıda “Reklam Kampanyaları” ve “Dijital Pazarlama” dersleri müfredattan çıkarılmış yerlerine “Siyasal İletişim ve Dijital Reklamcılık” dersleri eklenmiştir. Seçmeli dersler kapsamında ise “Şiddetsiz İletişim” seçmeli dersi müfredattan çıkarılmış yerine “Sosyal Psikoloji” dersi eklenmiştir.

2021 – 2022 Akademik Yılı'nda ise 2.yarıyıda “Medya Çalışmaları” dersi müfredattan çıkarılmış, “İletişim Tarihi” dersi müfredata eklenmiştir. 3.yarıyıda “Göstergebilim Çözümlemeleri” dersi müfredattan çıkarılmış yerine “İktisat” dersi eklenmiştir. 5. yarıyıda yer alan “Bilişim Hukuku” dersinin adı “İletişim Hukuku” olarak değiştirilmiştir. Aynı yarıyıl içerisinde tematik seçmeli ders yerine “Sosyal Psikoloji” dersi eklenmiştir. 6. yarıyıda tematik seçmeli ders ve “Staj” dersleri müfredattan çıkartılmış, yerine “Siyasal Düşünceler Tarihi” dersi eklenmiştir. 7. yarıyıl içerisinde bir tematik seçmeli ve bir alan seçmeli ders müfredattan çıkarılmış, çıkarılan alan seçmeli ders yerine “Halkla İlişkiler ve Reklam Etiği” dersi eklenmiş, çıkarılan tematik ders yerine “Dijital Girişimcilik ve İnovasyon” dersi eklenmiştir. 8. yarıyıda iki tematik seçmeli ders müfredattan çıkartılmış, çıkartılan iki tematik ders yerine “Kamu Diplomasisi” ve “İletişim ve Sanat” dersleri eklenmiştir.

Seçmeli dersler kapsamında “Sosyal Psikoloji” dersi 5. yarıyıla zorunlu ders olarak

eklenmiş, seçmeli derslere ise “Reklamda Yaratıcılık” dersi eklenmiştir. Seçmeli dersler kapsamında “Dijital Girişimcilik ve İnovasyon” dersi 7. yarıyla zorunlu ders olarak eklenmiştir. “Kamu Diplomasisi” dersi seçmeli derslerden çıkartılıp, 8. yarıyla zorunlu ders olarak eklenmiş, yerine “Küresel Reklamcılık” dersi eklenmiştir. “Metin Yazarlığı” dersi ise “Reklam Metin Yazarlığı” olarak değiştirilmiştir.

2019 – 2020 Akademik Yılı’nda ilk öğrencileri “Yeni Medya” bölümü adıyla alan lisans bölümünün adı 2020 – 2021 Akademik Yılı’ndan itibaren “Yeni Medya ve İletişim” olarak değiştirilmiştir. Bölüm adının değişmesi üzerine müfredatta değişiklikler yapılmıştır. 2020 – 2021 Güz döneminde müfredatı değiştirilmiştir. “İletişime Giriş” dersi adı “İletişim Çalışmaları”, “Yeni Medyaya Giriş” dersi adı “Yeni Medyada Temel Kavramlar” olarak değiştirilmiştir. “Yeni Medya ve Etik”, “Pazarlama İletişimi”, “Blog Yazarlığı”, “Yeni Medya Stüdyosu I – II”, “Kurgu Teknikleri”, “İnternet Reklamcılığı”, “Çevrimiçi İtibar Yöntemi” dersleri müfredattan çıkarılmıştır. “Fotoğrafçılık ve Dergicilik” dersi eklenmiş, 3. yarıyıda yer alan “Bölüm Seçmeli” adı “Alan Seçmeli”, “Üniversite Seçmeli” adı “Tematik Seçmeli” olarak adı değiştirilmiştir. Öğrencilerin üniversite yaşam ve kültürünü benimsemeleri ve kültürel etkinliklere katılımlarını desteklemek amacıyla üniversite genelinde açılan “Üniversiter Yaşam ve Kültür” dersi ile “Bilişim Teknolojileri” ayrıca fakülte ortak dersleri olarak “İletişim Araştırma Yöntemleri”, “İletişim Kuramları” ve “Bilişim Hukuku” dersleri eklenmiştir. Ayrıca müfredatın 6. yarıyılına “Staj” dersi eklenmiştir.

2020 – 2021 Bahar döneminde; “İletişim Çalışmaları” dersinin adı “İletişimin Temelleri”, “Medya Teknolojileri Tarihi” dersinin adı “Medya Teknolojileri” olarak değiştirilmiştir. 4. yarıyıda yer alan “Fotoğrafçılık ve Dergicilik” dersi çıkarılmış yerine “Tüketici Davranışları” dersi eklenmiştir. 6. yarıyıda ise “Dijital Pazarlama” dersi yerine “Dijital Reklamcılık” dersi eklenmiştir. Bölüm adının, “Yeni Medya ve İletişim” olarak adının değiştirilmesinin üzerine zorunlu derslerin yanı sıra seçmeli derslerde de güncelleme yapılmıştır. “Dijital Topluluklar”, “Kullanıcı Deneyimi”, “Podcast Yayıncılığı” alan seçmeli dersler ile “Sağlık İletişimi ve Medya”, “Dijital Bellek”, “Veri Gazeteciliği”, “Dijital Ortam Tasarımı”, “Dijital İçerik Yönetimi” ve “Dijital Medyada Spor Yönetimi” tematik dersleri müfredata eklemiştir.

2021 – 2022 Güz döneminde ise müfredatta yeniden bir güncellemeye ihtiyaç duyulmuştur. “Medya Teknolojileri” dersinin adı yeniden “Medya Teknolojileri Tarihi”, “Bilişim Hukuku” dersinin adı “İletişim Hukuku” olarak güncellenmiştir. “Göstergebilim Çözümlenmeleri” dersi ile 6. yarıyıda zorunlu olan “Staj” dersi isteğe bağlı staja dönüştürüldüğü için müfredattan çıkarılmıştır. Fakülte ortak dersleri olan “İktisat”, “Sosyal Psikoloji”, “Siyasal

Düşünceler Tarihi”, “Dijital Girişimcilik ve İnovasyon” ve “İletişim Sanat ve Toplum” dersleri müfredata eklemiştir. Ayrıca bölüm zorunlu derslerine “Yeni Medya ve Etik” ve “Siber Zorbalık” dersleri konulmuştur.

Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü 2019 – 2020 Akademik Yılı’nda ilk öğrencilerini almıştır. Oluşturulan müfredatın ilk güncellenmesi 2020 – 2021 Güz döneminde yapılmıştır. Müfredatta yapılan değişiklik ile televizyon, sinema alanlarında teorik ve uygulamalı dersler dengeli şekilde gözetilerek yeniden güncellenmiştir. Buna göre; “Video Yapım”, “Görsel İşitsel Teknikler”, “Görüntü İşleme Teknikleri I -II”, “Film Sanatı”, “Televizyon Haber Uygulamaları” ve “Stüdyo Uygulamaları” dersleri müfredata eklemiştir. “Senaryo I – II” dersleri “Senaryo” adı ile “Film Grameri I – II” dersleri ise “Film Grameri” adı altında tek bir ders olacak şekilde güncellenmiştir. Öğrencilerin üniversite yaşam ve kültürünü benimsemeleri ve kültürel etkinliklere katılımlarını desteklemek amacıyla üniversite genelinde açılan “Üniversiter Yaşam ve Kültür” dersi ile “Bilişim Teknolojileri” dersleri müfredata tanımlanmış, ayrıca fakülte ortak dersleri olarak “İletişimde Araştırma Yöntemleri”, “İletişim Kuramları” ve “Bilişim Hukuku” dersleri eklenmiştir. Seçmeli ders havuzlarında ise sinema ve televizyon ağırlık olacak şekilde yeniden gözden geçirilmiştir. Ayrıca müfredatın 6. yarıyılına “Staj” dersi eklenmiştir.

2020 – 2021 Bahar döneminde yapılan müfredat değişikliğinde ise “İletişim Çalışmaları” ortak fakülte dersinin adı “İletişimin Temelleri” olarak güncellenmiştir. “Göstergebilim Çözümleri” dersinin kodu güncellenmiştir. Alan ve tematik seçmeli dersleri bakımından seçeneklerin çoğaltılması öngörülerek “Reklam ve Tanıtım Film Yapımı” dersi alan seçmeli ders havuzuna eklenmiş, Yeni Medya ve İletişim ile Halka İlişkiler ve Reklamcılık lisans bölümlerinin müfredatının alan ve tematik seçmeli derslerinde yapılan değişiklikler, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü müfredatına yansıtılmıştır.

2021 – 2022 Güz döneminde ise, benzer derslerin birleştirilmesi ve yeni teknolojilerin radyo, televizyon ve sinema alanında oluşturduğu yeni yaklaşımların öğrencilere aktarılabilmesi amacıyla müfredatta değişiklikler yapılmıştır. Öğrencilerin alandaki bilgi birikimini geniş kapsamlı olarak öğrenebilmesi ve bugünün teknolojisi ile birleştiren uygulamaları gerçekleştirebilmesi amacıyla “Film Kuramları”, “Televizyonda Yapım-Yönetim”, “Türk Sineması Tarihi”, “Televizyon Yapımları ve Transmedya Anlatıları”, “Görsel Kültür”, “Film Yönetmenliği”, “Film Estetiği ve Psikolojisi” ve “Dijital Televizyon Uygulamaları” dersleri eklenmiştir. Medya Merkezi bünyesinde faaliyete geçen Üniversite radyosu Radyo FBÜ’nün uygulama olanağından yararlanabilmek amacıyla “Radyo

Uygulamaları” dersi zorunlu ders olarak tanımlanmış, “Gazetecilik Kavramları”, “Görsel İşitsel Teknikler”, “Göstergebilim Çözömlömleri”, “Fonetik Diksiyon”, “Film Teorileri”, “Canlı Yayın Teknikleri”, “Televizyon Haber Uygulamaları”, “Televizyon Yapım Uygulamaları” ve “Röportaj Teknikleri” dersleri müfredattan çıkarılmıştır. Ayrıca “İletişim Sosyolojisi”, “İktisat”, “Sosyal Psikoloji”, “Siyasal Düşünceler Tarihi”, “Film Estetiği ve Psikolojisi”, “Dijital Girişimcilik ve İnovasyon”, “İletişim Sanat ve Toplum” fakülte ortak dersleri olarak tüm bölümlerin müfredatına eklemiştir. “Meslek Etiği” dersinin adı “İletişim Etiği”, “Televizyon Haberciliği” dersinin adı “Radyo-Televizyon Haberciliği”, fakülte ortak dersi olan “Bilişim Hukuku” adı “İletişim Hukuku” olarak değiştirilmiş, 6. yarıyılıda yer alan zorunlu “Staj” dersi isteğe bağlı staja dönüştürüldüğü için ders müfredatından kaldırılmıştır. 7. ve 8. yarıyıl öğrencilerinin teorik ve uygulamalı olarak öğrendiklerini radyo, televizyon ve sinema alanlarında gerçekleştirecekleri bir proje ile hayata geçirebilmeleri amacıyla Bitirme Projesi dersleri 10 AKTS olarak değerlendirilmiştir.

Fiziksel Yapı

İstanbul İli, Ataşehir ilçesi, Atatürk Mah., Ataşehir Bulvarı, Metropol İstanbul, 34758, adresinde yer alan 3386 ada, 1 parsel üzerine inşa edilmiş Metropol İstanbul’da yer alan E-1 ve E-2 bloklarda Üniversitemiz eğitim-öğretim faaliyetlerini gerçekleştirilmektedir.

Fenerbahçe Üniversitesi gelişmiş teknolojik altyapısı ve akademik kadrosu ile eğitim verdiği bölümlerde gerekli insan gücüne ve alt yapıya sahiptir. Kadrosunun sektör deneyimli olması ve uygulamalı eğitim vermesi Üniversitenin sağladığı en önemli avantajlardandır.

Aynı zamanda derslik, yemekhane, laboratuvar, konferans salonu ve toplam 614 m² alanı ile bilimsel içeriği zengin kitap ve süreli yayınlar içeren kütüphanesini bünyesinde bulundurmaktadır.

Tablo 3. FBÜ Fiziki Yapısı

| Sıra No | Alanın Niteliği | Alanın Adı/No | Büyüküğü (m2) |
|---------|-------------------------|--|---------------|
| 1 | Bilgisayar Laboratuvarı | ATAŞEHİR/3-301 BİLGİSAYAR LABORATUVARI | 88 |
| 2 | Bilgisayar Laboratuvarı | ATAŞEHİR/3-303 BİLGİSAYAR LABORATUVARI | 159 |
| 3 | Derslik | ATAŞEHİR/L1-03 | 170 |
| 4 | Derslik | ATAŞEHİR/L1-09 | 52 |
| 5 | Derslik | ATAŞEHİR/L1-15 | 135 |
| 6 | Derslik | ATAŞEHİR/L1-16 | 43 |

| | | | |
|----|--------------|---------------------------------|-----|
| 7 | Derslik | ATAŞEHİR/L1-17 | 114 |
| 8 | Derslik | ATAŞEHİR/L1-17 | 135 |
| 9 | Derslik | ATAŞEHİR/L2-02 | 61 |
| 10 | Derslik | ATAŞEHİR/L2-03 | 54 |
| 11 | Derslik | ATAŞEHİR/L2-06 | 54 |
| 12 | Derslik | ATAŞEHİR/L2-07 | 58 |
| 13 | Derslik | ATAŞEHİR/L2-17 | 135 |
| 14 | Derslik | ATAŞEHİR/L2-22 | 135 |
| 15 | Derslik | ATAŞEHİR/1-101 | 88 |
| 16 | Derslik | ATAŞEHİR/1-102 | 121 |
| 17 | Derslik | ATAŞEHİR/1-104 | 158 |
| 18 | Derslik | ATAŞEHİR/1-107 | 157 |
| 19 | Derslik | ATAŞEHİR/1-108 | 135 |
| 20 | Derslik | ATAŞEHİR/1-109 | 88 |
| 21 | Derslik | ATAŞEHİR/1-110 | 51 |
| 22 | Derslik | ATAŞEHİR/1-111 | 132 |
| 23 | Derslik | ATAŞEHİR/2-204 | 158 |
| 24 | Derslik | ATAŞEHİR/2-220 | 83 |
| 25 | Derslik | ATAŞEHİR/2-221 | 135 |
| 26 | Derslik | ATAŞEHİR/3-302 | 122 |
| 27 | Derslik | ATAŞEHİR/3-305 | 51 |
| 28 | Derslik | ATAŞEHİR/3-306 | 84 |
| 29 | Derslik | ATAŞEHİR/3-316 | 135 |
| 30 | Derslik | ATAŞEHİR/3-321 | 83 |
| 31 | Derslik | ATAŞEHİR/3-322 | 135 |
| 32 | Derslik | ATAŞEHİR/4-401 | 88 |
| 33 | Derslik | ATAŞEHİR/4-402 | 122 |
| 34 | Derslik | ATAŞEHİR/4-403 | 159 |
| 35 | Derslik | ATAŞEHİR/4-405 | 54 |
| 36 | Derslik | ATAŞEHİR/4-406 | 84 |
| 37 | Derslik | ATAŞEHİR/4-420 | 84 |
| 38 | Derslik | ATAŞEHİR/4-421 | 135 |
| 39 | Derslik | ATAŞEHİR/5-503 | 159 |
| 40 | Derslik | ATAŞEHİR/5-504 | 158 |
| 41 | Derslik | ATAŞEHİR/5-506 | 84 |
| 42 | Diğer Stüdyo | ATAŞEHİR/0-02 KÜTÜPHANE | 574 |
| 43 | Diğer Stüdyo | ATAŞEHİR/4-419 TOPLANTI ODASI | 19 |
| 44 | Diğer Stüdyo | ATAŞEHİR/6-620 KONFERANS SALONU | 330 |

| | | | |
|----|----------------------|--|-----|
| 45 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L01 REVİR | 41 |
| 46 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-01 ÖĞRENCİ İŞLERİ DİREKTÖRLÜĞÜ | 83 |
| 47 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-04 MALİ İŞLERİ DİREKTÖRLÜĞÜ | 140 |
| 48 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-05 İDARİ İŞLER MÜDÜRLÜĞÜ | 22 |
| 49 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-06 İNSAN KAYNAKLARI DİREKTÖRLÜĞÜ | 26 |
| 50 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-07 BİLGİ İŞLEM DİREKTÖRLÜĞÜ | 24 |
| 51 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-08 SAĞLIK KÜLTÜR SPOR DİREKTÖRLÜĞÜ | 31 |
| 52 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-02 BİLGİ İŞLEM | 65 |
| 53 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-11 YABANCI DİLLER | 45 |
| 54 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-12 MARKA VE İLETİŞİM DİREKTÖRLÜĞÜ | 61 |
| 55 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-13 ULUSLARARASI OFİS DİREKTÖRLÜĞÜ | 25 |
| 56 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/L1-14 ULUSLARARASI OFİS | 25 |
| 57 | İdari Personel Odası | ATAŞEHİR/2-216 FAKÜLTE SEKRETERİ ODASI | 20 |
| 58 | Öğretim Üyesi Odası | ATAŞEHİR/4-407 | 62 |
| 59 | Öğretim Üyesi Odası | ATAŞEHİR/4-408 | 29 |
| 60 | Öğretim Üyesi Odası | ATAŞEHİR/4-409 | 25 |
| 61 | Öğretim Üyesi Odası | ATAŞEHİR/4-410 | 25 |
| 62 | Öğretim Üyesi Odası | ATAŞEHİR/4-405 DEKAN ODASI | 30 |

Tablo 4. FBÜ Laboratuvar Bilgisi

| Laboratuvar/Atölye Adı | Laboratuvar Alanı (m ²) |
|------------------------|-------------------------------------|
| Bilgisayar Lab. | 88 |
| Bilgisayar Lab. | 159 |
| Bilgisayar Lab. | 159 |
| Bilgisayar Lab. | 37 |

Medya Merkezi

Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi çatısı altında yer alan Medya Merkezi, radyo yayın odası, radyo yapım odası ve bir duvarı yeşil perde olarak kullanılmaya imkân sağlayan çekim stüdyosundan oluşmaktadır. Medya Merkezi, radyo yayın odası 19,3 m², radyo yapım odası 12,1 m² ve stüdyo alanı 37 m² olmak üzere toplamda 68,4 m² alana sahiptir.

Medya Merkezi, ışık, ses ve kamera gibi çeşitli teknik imkânlarla sahip olup öğrencilerin ders içi ve ders dışı uygulamalarına olanak sağlamaktadır. Öğrenciler, medya merkezinde aktif olarak çekim ve kurgu yapabilmekte; ödev, kısa film projeleri, radyo program yapımı, atölye çalışmaları gibi uygulamaya dönük çalışmalarını Medya Merkezi'nde gerçekleştirebilmektedirler. Öğrenciler aynı zamanda, çeşitli ulusal ve uluslararası yarışmalara hazırlanırken toplantılarını Medya Merkezi'nde kendileri için oluşturulan alanlarda yapabilmektedir.

Medya Merkezi, 2021 – 2021 Güz döneminde kurulan Radyo FBÜ'yü de bünyesinde barındırmaktadır. Radyo FBÜ, yayın hayatına başladığı tarihten itibaren başta İletişim Fakültesi öğrencileri olmak üzere çeşitli fakültelerden öğrencilerin ve öğretim üyelerinin radyo programlarının günlük olarak üretildiği ve yayımlandığı bir platform olmuştur. Öğrencilere radyo program yapım ve yayın süreçlerini deneyimleme imkânı sunması sebebiyle öğrenim bakımından da önemli bir noktadadır. Radyo FBÜ, 7 gün 24 saat müzik yayını yapmasına ek olarak hafta içi günde altı farklı programla dinleyicilerine seslenmektedir.

Medya Merkezi'nde yer alan teknik malzemelerin listesi aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 5. Medya Merkezi Malzeme Listesi

| Malzeme | Adet | Açıklama |
|---------------------|------|--|
| UwMic9 Kit2 | 1 | Yaka Mikrofonu |
| UwMic9 Kit4 | 1 | Yaka Mikrofonu |
| Saramonic | 1 | El Mikrofonu |
| Comica V30 | 1 | Shotgun Kamera Mikrofonu |
| H6 Zoom Recorder | 1 | Kablosuz El Mikrofonu |
| Sony HXR-NX200 | 1 | 4K Video Kamera |
| Sony Kamera Çantası | 1 | Çanta |
| Canon EOS4000D | 1 | Fotoğraf Makinası |
| Benro Tripod | 1 | Kamera Sabitleyici |
| Işık Redhead | 6 | Tripodlarıyla beraber |
| PDX LED320A | 1 | Professional Video Light |
| Viltrox DC70EX | 1 | Professional Image Monitor |
| Greenbox | 1 | Yeşil Perde |
| AXIA DESQ | 1 | P Tabanlı Dijital Yayın Mikseri |
| AXIA IP DRIVER | 1 | Yayın Otomasyon Bilgisayarı İçin Sanal Ses Kartı |
| SHURE SRH 240 | 2 | Professional Studio Headphones |
| SHURE MV7-K | 2 | Podcast Mikrofon |
| RODE PSA1 | 2 | Akrobatik Mikrofon Ayağı |
| YAMAHA HS5 | 2 | 5" Referans Monitör Hoparlör |
| AXIA IP DRIVER | 1 | 1 Input, 1 Output Sound Card |
| BMD | 1 | DeckLink Mini Recorder |
| PARMEPHON SOLO | 45 | 60 * 60 cm Akustik Panel |
| HP Z2 | 1 | Yayın Bilgisayarı ve 2 X 23" LCD Ekran |
| HP Z2 | 2 | Yapım Bilgisayarı ve 1 X 23" LCD Ekran |

Araştırma

FBÜ İletişim Fakültesi'nin öğretim elemanları tarafından 2020 – 2021 Akademik Yılı'nda gerçekleştirilen bilimsel çalışmalar, ulusal ve uluslararası düzeyde iletişim bilimi literatürüne katkı sağlamaktadır. Fakültemiz öğretim üyelerinin 2020- 2021 Akademik Yılı'nda akademik faaliyetleri aşağıdaki gibidir.

Uluslararası indekslerde (Scopus Index, ESCI, Web of Science Index) taranan dergilerde toplamda 3 makale, uluslararası diğer indekslerde taranan dergilerde 2 makale, ulusal hakemli dergilerde toplamda 4 makale, uluslararası bilimsel toplantılarda 8 bildiri, ulusal bilimsel toplantıda 1 bildiri olmak üzere toplamda 9 bildiri ile literatüre öğretim üyelerimiz tarafından katkı sunulmuştur. Fakülte öğretim üyelerimizin uluslararası yayınevlerinden yayımlanmış 2 adet kitabı, 7 adet kitap bölümü bulunmaktadır. Ayrıca, Fakülte öğretim

üyelerimiz, toplamda 12 farklı ulusal etkinliğe, 1 uluslararası etkinliğe katılım sağlamışlardır. 2020 – 2021 Akademik Yılı'nda diğer yayınların sayısı toplamda 3 iken, diğer etkinliklerin sayısı ise 12 olarak bildirilmiştir. Yıl boyunca yapılan ulusal, uluslararası dergilerde toplamda 36 hakemlik, 27 jüri üyesi olarak yer alınmıştır. Ayrıca Fakültemiz kadrosunda bulunan iki Öğretim Üyesi İç İşleri Bakanlığı ile ortak yürüttükleri ulusal projeye devam etmektedir.

İnsan Kaynakları

İletişim Fakültesi'nde öğretim kadrosu 2021 yılı sonu itibariyle iki Profesör, dört Doçent, dört Dr. Öğretim Üyesi, üç Araştırma Görevlisinden oluşmaktadır (Bkz. Tablo 6). Ayrıca fakültenin idari kadrosunda bir Fakülte Sekreteri çalışmaktadır.

Tablo 6. Fakülte İnsan Kaynakları

| Ünvanlar | Prof. Dr. | Doç.Dr. | Dr. Öğr. Üyesi | Araş. Gör. | Toplam |
|---------------------------------|-----------|----------|----------------|------------|-----------|
| Bölümler | | | | | |
| Halkla İlişkiler ve Reklamcılık | 1 | 3 | - | 1 | 5 |
| Radyo, Televizyon ve Sinema | 1 | - | 2 | 1 | 4 |
| Yeni Medya ve İletişim | - | 1 | 2 | 1 | 4 |
| Toplam | 2 | 4 | 4 | 3 | 13 |

BİRİM 2022 – 2026 STRATEJİK PLANI

Paydaşlar, kuruluşun ürün ve hizmetleri ile ilgisi olan, kuruluştan doğrudan veya dolaylı, olumlu ya da olumsuz yönde etkilenen veya kuruluşu etkileyen kişi, grup veya kurumlardır. Stratejik yol haritasının belirlenmesinde ve hedeflerin netleştirilmesinde iç ve dış paydaşların vizyonları, beklentileri ve destekleri etkili olmaktadır. Fakültemizin Stratejik Plan Komisyonu tarafından yapılan çalışmalar sonucunda belirlenen iç paydaşlar ve dış paydaşlar ilgili tablolarda sunulmuştur. Kurumumuzun idari ve akademik personeli ile öğrencilerimiz, birlikte çalışılan öncelikli gruplar olarak iç paydaşlar olarak belirlenmiştir. Öğrenci velileri, mezunlar, diğer İletişim Fakülteleri, yerel yönetimler ve çalışılan projeler kapsamındaki ilgili Bakanlıklar, Sayıştay, YÖK, ÜAK (Üniversitelerarası Kurul), Ticaret ve Sanayi Odaları, Basın Yayın Organları dış paydaşlarımız olarak tanımlanmıştır.

İç Paydaş Analizi

İç paydaş analizi ile iç paydaşların (akademik ve idari personel ile öğrencilerimizin) görüş ve beklentilerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Paydaşların fakülte hakkındaki görüşlerinin alınmasıyla fakültenin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi, faaliyetlerini etkin bir şekilde gerçekleştirmesine engel oluşturabilecek unsurların saptanması sağlanmaktadır.

Paydaşların önceliklendirilmesinde paydaşların etki ve önem derecesi dikkate alınmıştır. Etki; fakültenin faaliyetleri kapsamında paydaşı etkilemesi ve paydaşın alacağı kararlarla fakülteyi etkileme gücünü ifade etmekte iken önem ise; fakültenin paydaşın beklenti ve taleplerinin karşılaması konusuna verdiği değeri belirtmektedir.

İç paydaş değerlendirmelerinde Fakülte Öğrenci Temsilcimiz Beyza Ekşi'nin öğrencilerimiz ile görüşmesi sonucunda tespitleri raporlanarak stratejik belgeye katkı sağlaması açısından bilgilerinize sunulmuştur.

“Fakültemizde zorunlu staj uygulamasının olmaması, belirli bölümlerin akademik kadrosunun geliştirilmesi ihtiyacının olması, Medya Merkezi'nin genişletilmesi ve uygulama programlarının çeşitlendirilmesi konusunda duyulan ihtiyaç fakültemizin birincil öncelikleri arasında yer almalıdır.

Diğer yandan fakültemizin birbirlerine saygılı, öğrencileriyle diyalogları güçlü, toplumsal sorunlara duyarlı, tecrübeli ve nitelikli akademik bir kadroya sahip olması, uyumlu ve katılımcı bir yönetim anlayışının hakim olması ve fakültemizin gelişmeye, yeniliğe açık bir vizyon ve yönetim bakış açısına sahip olması güçlü yönlerimiz arasında yer almaktadır.

Fakültemizin zayıf yönleri arasında ise doktora ve yüksek lisans programlarının olmaması, ERASMUS bağlantılarının güçlendirilmesi gerekliliği, üniversitemizin kampüsünün olmaması, iş ve staj olanaklarının yetersiz olması yine iyileştirilmesi beklenen konular arasındadır”.

Dış Paydaş Analizi

Dış paydaşlarımız olarak tanımlayabileceğimiz gruplar; yakın gelecekte sahip olacağımız mezunlarımız, mevcut öğrencilerin aileleri, diğer İletişim Fakülteleri, yerel yönetimler, ilgili Bakanlıklar, Sayıştay, YÖK, ÜAK, Ticaret ve Sanayi Odaları, Basın Yayın organlarıdır. Ayrıca, televizyon, radyo, sinema, gazetecilik, reklam ve halkla ilişkiler alanlarına yönelik olarak kurulmuş meslek birlikleri ve dernekler ve dolaylı olarak bu faaliyet alanları ile ilişkili tüm kuruluş ve meslek birlikleri, yapım şirketleri de dış paydaş olarak

değerlendirilmektedir (Reklamcılık Vakfı, Reklam Verenler Derneği, Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, Kurumsal İletişimciler Derneği, RATEM (Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği), RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu), SESAM (Türkiye Sinema Eserleri Sahipleri Meslek Birliği), SenaristBir (Senaryo ve Diyalog Yazarı Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği), MÜYAP (Bağlantılı Hak Sahibi Fonogram Yapımcıları Meslek Birliği), MÜYORBİR (Müzik Yorumcuları Meslek Birliği), TESİYAP (Televizyon ve Sinema Filmi Yapımcıları Birliği) gibi).

Dış paydaşlarımız arasında bulunan Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi ve Kurumsal İletişim Koordinatörü Dr. Rafet Aykut Akay'ın değerlendirmeleri raporlanarak stratejik belgeye katkı sağlaması açısından bilgilerinize sunulmuştur.

“Genel olarak iletişim fakülteleri kapsamında staj imkanlarındaki yetersizlik, uygulamalı projelerin, yurt dışı bağlantılarının ve burs imkanlarının azlığı en çok karşılaşılan sorunlar arasında yer almaktadır. İletişim alanının kapsamının çağın gereklerine ve ihtiyaçlarına uygun olarak geliştirilmesi, fakültelerin müfredatlarına ve uygulama alanlarına yansımaları diğer önemli bir gerekliliktir. Ayrıca Medya Merkezi gibi uygulama merkezlerinin yeterli kapasite ve üretime yönelik çalışması iletişim fakültelerinin en önemli ihtiyaçları arasındadır. Fenerbahçe Üniversitesi'nin yeni kurulmuş olması, gelişime ve yeniliklere açık olması, merkezi konumu ve marka bilinirliği olumlu bir etki yaratmaktadır.”

SWOT Analizi

SWOT analizi, kurumun güçlü ve zayıf yönleri ile kurumun dışındaki fırsat ve tehditlerin belirlendiği analizdir. Fakülte için gerek paydaşların görüşleri, gerekse de strateji geliştirme çalışmaları çerçevesinde yapılan muhtelif toplantılarla SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz, seçilecek stratejilere ve belirlenecek hedeflere alt yapı oluşturması bakımından önem taşımaktadır.

Kurum içi analiz ve paydaş değerlendirmeleri ile güçlü yönler belirlenirken, Fakültenin amaç ve hedeflerine ulaşmada yararlanabileceği, yüksek değer ürettiği ya da başarılı performans gösterdiği ve paydaşların üniversitenin olumlu içsel özellikleri olarak gördüğü yönler odaklanılmıştır. Zayıf yönler belirlenirken ise “neleri daha iyi yapabiliriz/geliştirebiliriz?” soruları temel alınmış, fakültenin başarısını etkileyebilecek eksiklikler tespit edilmiştir. Fırsatlar belirlenirken, fakültenin kontrolü dışında ortaya çıkan ve fakülte için avantaj sağlaması muhtemel olan etkenlere odaklanılmış, tehditler belirlenirken ise fakültenin kontrolü dışında gerçekleşen ve olumsuz etkilerinin önlenmesi ya da sınırlandırılması gereken unsurlar değerlendirilmiştir.

Güçlü Yönler

- Güçlü ve nitelikli bir akademik kadronun varlığı,
- Fenerbahçe Spor Kulübü ile Medicana Sağlık Grubu ortak iş birliğinden gelen güce sahip olması,
- Fenerbahçe Vakfı ile iş birliklerinin yapılması,
- Uluslararası anlaşmalara sahip olması,
- Ders müfredatlarının güncel olması,
- Eğitim ve öğretimde öğrenci odaklılık,
- Fakültenin İstanbul'un merkezi bir konumunda bulunması.

Zayıf Yönler

- Henüz mezun verilmemiş olması (FBÜ İletişim Fakültesi ilk mezunlarını 2022 – 2023 Akademik Yılı'n sonunda verecektir),
- Lisansüstü programlara sahip olmaması,
- Mezun verilmediği için henüz lisans bölümlerinin akreditasyonlarının bulunmaması,
- Akademik kadrodaki yapılanmanın tamamlanmamış olması,
- Medya Merkezi'nin teknik anlamda yapılanmaya devam ediyor olması.

Fırsatlar

- İletişim sektörünün yenilenme ve gelişmeye açık olması nedeniyle iletişim uzmanlarına yeni fırsatlar tanınması,
- İletişim disiplini ile hemen her disiplin arasında bir ilişkinin kurulabilmesinin mümkün olması nedeniyle, disiplinlerarası akademik çalışmalara olanak tanınması,

Tehditler

- Vakıf ve Devlet Üniversitelerinde yeni İletişim Fakültelerinin kurulmuş olması,
- Dünyanın içinden geçtiği sosyo-ekonomik şartlar ve pandemi nedeniyle öğrencilerdeki motivasyon eksikliği.

STRATEJİK ALAN, HEDEF, FAALİYET VE GÖSTERGELER

STRATEJİK ALAN 1: EĞİTİM ÖĞRETİM

Hedef 1.1. Lisans programlarının akreditasyon çalışmalarının yapılması.

- Gösterge 1.1.1. Akreditasyon ve müfredat komisyonunun oluşturulması.
- Gösterge 1.1.2. Akreditasyon alınması için zorunlu derslerin müfredatlara eklenmesi, müfredatların güncellenmesi.

Hedef 1.2. Eğitim ve araştırma çalışmalarında kullanılacak güncel yazılımların temin edilmesi.

- Gösterge 1.2.1. Eğitim-öğretim faaliyetlerinde kullanılan güncel yazılımların belirlenmesi.
- Gösterge 1.2.2. Araştırma faaliyetlerinde kullanılan güncel yazılımların temini ve kullanımının sağlanması.

Hedef 1.3. YÖK tarafından belirlenen öncelikli alanlar dikkate alınarak yeni bölüm ve programların açılması.

- Gösterge 1.3.1. YÖK tarafından öncelikli alanlar kapsamında değerlendirilen program sayısının belirlenmesi.
- Gösterge 1.3.2. YÖK tarafından belirlenen öncelikli alanlar dikkate alınarak açılması planlanan yeni programların sunulması.

Hedef 1.4. Fakültenin tüm dış paydaşları ile sistematik olarak iletişim kurularak değişen gereksinimlere özgü eğitim programları tasarlanması.

- Gösterge 1.4.1. Dış paydaşlarla yapılan toplantı sayısının artırılması.
- Gösterge 1.4.2. Dış paydaşlarla faaliyet ve içeriklerin güncel gelişmelere göre revize edilmesi.

STRATEJİK ALAN 2: ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME

Hedef 2.1. Fakülte öğretim üyelerinin ulusal/uluslararası projelere katılımının sağlanması.

- Gösterge 2.1.1. Öğretim üyelerinin, Akademik Yıl bazlı proje başvurularının teşvik edilmesi.
- Gösterge 2.1.2. Öğretim üyelerinin, Akademik Yıl bazlı kabul edilen/devam eden proje sayılarının takibinin sağlanması.

Hedef 2.2. Lisansüstü programların açılması ve ilgili programların katkısı ile bilimsel çalışmaların geliştirilmesi.

- Gösterge 2.2.1. Açılması planlanan yüksek lisans programlarının belirlenmesi.
- Gösterge 2.2.2. Açılması planlanan doktora programlarının belirlenmesi.

Hedef 2.3. Akademik yayın teşvik yönergesi uyarınca öğretim elemanlarının ilgili çalışmalarının değerlendirilmesi.

- Gösterge 2.3.1. Akademik yayın teşvik yönergesi uyarınca desteklenen çalışma sayısının belirlenmesi.
- Gösterge 2.3.2. Akademik yayın teşvik yönergesi uyarınca desteklenen öğretim elemanı sayısının artırılması.

STRATEJİK ALAN 3: TOPLUMSAL KATKI

Hedef 3.1. Toplumsal katkı sağlayarak yerel, ulusal ve uluslararası sivil toplum örgütleri ile iş birliği yapılması.

- Gösterge 3.1.1. Fakülte bünyesinde yürütülen toplumsal katkı proje sayılarının belirlenmesi.
- Gösterge 3.1.2. Sivil toplum örgütleri ile düzenlenen etkinlik sayılarının artırılması.

STRATEJİK ALAN 4: YÖNETİM SİSTEMİ

Hedef 4.1. Beyin fırtınası toplantılarının arama konferansı, çalıştay gibi etkinliklerin düzenlenmesi.

- Gösterge 4.1.1. Akademik kadronun katılımı ile gerçekleştirilen arama konferansı, çalıştay, beyin fırtınası ve benzeri etkinlik sayısının artırılması.
- Gösterge 4.1.2. Öğrencilerin katılımı ile gerçekleştirilen arama konferansı, çalıştay, beyin fırtınası ve benzeri etkinlik sayısının artırılması.
- Gösterge 4.1.3. Dış paydaşların katılımı ile gerçekleştirilen arama konferansı, çalıştay, beyin fırtınası ve benzeri etkinlik sayısının artırılması.

Hedef 4.2. Kurumsal bağlılığı artırıcı etkinlik ve organizasyonların düzenlenmesi.

- Gösterge 4.2.1. Kurumsal bağlılığı artırmak amacıyla düzenlenen etkinlik sayısının artırılması.
- Gösterge 4.2.2. Fakülte içinde akademik ve idari personel için gelişim programlarının düzenlenmesinin teşvik edilmesi.

PAYDAŞ ANALİZİ

Fakültemizin Strateji Plan Komisyonu tarafından paydaş analizlerimiz yapılmıştır (**Tablo 7-11**).

- **Tablo 7:** İç ve dış paydaşlarımız belirlenmiştir.
- **Tablo 8:** Belirlediğimiz paydaşlar önem derecelerine göre sınıflandırılmıştır.
- **Tablo 9:** Belirlediğimiz paydaşlar stratejik etki derecelerine göre sınıflandırılmıştır.
- **Tablo 10:** En önemli üç iç paydaşımız belirlenmiştir.
- **Tablo 11:** En önemli üç dış paydaşımız belirlenmiştir.

Tablo 7. Paydaş Belirleme Matrisi

| PAYDAŞLARIMIZ | İÇ PAYDAŞLARIMIZ | DIŞ PAYDAŞLARIMIZ |
|---|-----------------------------|------------------------------|
| AKADEMİK PERSONEL | X | |
| İDARİ PERSONEL | X | |
| ÖĞRENCİLERİMİZ | X | |
| ÖĞRENCİ VELİLERİ | | X |
| DİĞER İLETİŞİM FAKÜLTELERİ | | X |
| MESLEK BİRLİKLERİ VE ÖRGÜTLERİ | | X |
| SANAYİ | | X |
| YÖK | | X |
| ÜAK | | X |
| İLGİLİ BAKANLIKLAR | | X |
| ÖSYM | | X |
| ADAY ÖĞRENCİLER MEZUNLAR | | X |
| ULUSAL ARAŞTIRMA KAYNAKLARI | | X |
| YEREL YÖNETİMLER | | X |
| STK | | X |
| BASIN KURULUŞLARI | | X |

Tablo 8. Paydaş Önem Dereceleri Matrisi

| PAYDAŞLARIMIZ | ÇOK ÖNEMLİ | ÖNEMLİ | AZ ÖNEMLİ |
|---------------------------------------|-------------------|---------------|------------------|
| AKDEMİK PERSONEL | X | | |
| İDARİ PERSONEL | X | | |
| ÖĞRENCİLERİMİZ | X | | |
| ÖĞRENCİ VELİLERİ | | X | |
| DİĞER İLETİŞİM FAKÜLTELERİ | | X | |
| MESLEK BİRLİKLERİ VE ÖRGÜTLERİ | | X | |
| SANAYİ | | | X |
| YÖK | X | | |
| ÜAK | | X | |
| İLGİLİ BAKANLIKLAR | | | X |
| ÖSYM | | X | |
| ADAY ÖĞRENCİLER | X | | |
| MEZUNLAR | | | |
| ULUSAL ARAŞTIRMA KAYNAKLARI | | X | |
| YEREL YÖNETİMLER | | | X |
| STK | | | X |
| BASIN KURULUŞLARI | X | | |

Tablo 9. Paydaş Stratejik Etki Dereceleri Matrisi

| PAYDAŞLARIMIZ | TEMEL ORTAK | STRATEJİK ORTAK | HİZMET ALAN |
|-----------------------------------|--------------------|------------------------|--------------------|
| AKDEMİK PERSONEL | X | | |
| İDARİ PERSONEL | X | | |
| ÖĞRENCİLERİMİZ | | | X |
| ÖĞRENCİ VELİLERİ | | X | |
| DİĞER İLETİŞİM FAKÜLTELERİ | | X | |
| MESLEK ÖRGÜTLERİ | | X | |
| SANAYİ | | X | |
| YÖK | | X | |

| | | | |
|---|--|---|--|
| ÜNİVERSİTELER ARASI KURUL | | X | |
| İLGİLİ BAKANLIKLAR | | X | |
| ÖSYM | | X | |
| ADAY ÖĞRENCİLER | | X | |
| TÜRKİYE GAZETECİLER CEMİYETİ | | X | |
| MEZUNLAR | | | |
| ULUSAL ARAŞTIRMA KAYNAKLARI | | X | |
| YEREL YÖNETİMLER | | X | |
| STK | | X | |
| BASIN KURULUŞLARI | | X | |

Tablo 10. En Önemli İç Paydaşlarımız

| PAYDAŞLARIMIZ | İÇ PAYDAŞLARIMIZ | DIŞ PAYDAŞLARIMIZ |
|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| ÖĞRENCİLERİMİZ | X | |
| AKADEMİK PERSONEL | X | |
| İDARİ PERSONEL | X | |

Tablo 11. En Önemli Dış Paydaşlarımız

| PAYDAŞLARIMIZ | İÇ PAYDAŞLARIMIZ | DIŞ PAYDAŞLARIMIZ |
|--|-----------------------------|------------------------------|
| YÖK | | X |
| MESLEK BİRLİKERİ VE ÖRGÜTLERİ | | X |
| MEZUNLAR | | X |

Tablo 12. Fırsatlarımız ve Tehditlerimiz

| FIRSATLARIMIZ | TEHDİTLERİMİZ |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• İletişim sektörünün yenilenme ve gelişmeye açık olmasından kaynaklı, iletişimcilere yeni fırsatlar tanınması• İletişim disiplini ile hemen her disiplin arasında bir ilişkinin kurulabilmesinin mümkün olması nedeniyle, disiplinlerarası akademik çalışmalara olanak tanınması | <ul style="list-style-type: none">• Vakıf ve Devlet Üniversitesi'nde yeni İletişim Fakültesi'lerinin kurulmuş olması,• Dünyanın içinden geçtiği sosyo-ekonomik şartlar ve pandemi etkisi nedeniyle öğrencilerdeki motivasyon eksikliği |

Tablo 13. Zayıf Yönlerimiz ve Güçlü yönlerimiz

| ZAYIF YÖNLERİMİZ | GÜÇLÜ YÖNLERİMİZ |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Henüz mezun verilmemiş olması (FBÜ İletişim Fakültesi ilk mezunlarını 2022 – 2023 Akademik Yılı'nda verecektir.)• Lisansüstü programına sahip olmaması• Mezun verilmediği ve yapılanma aşamasında olduğu için henüz lisans programlarının akreditasyonlarının bulunmaması,• Bilimsel araştırmalar kapsamında uluslararası ve disiplinler arası araştırma projelerine katılımın istenilen düzeye henüz ulaşmamış olması,• Akademik kadrolardaki yapılanmanın tamamlanmamış olması,• Medya Merkezi'nin teknik anlamda yeni yapılıyor olması. | <ul style="list-style-type: none">• Genç, güçlü ve nitelikli bir akademik kadronun varlığı,• Fenerbahçe Spor Kulübü ve Medicana Sağlık Grubu ile ortak iş birliğinden gelen güce sahip olması,• Fenerbahçe Vakfı ile iş birliklerinin yapılması,• Uluslararası anlaşmalara sahip olması,• Ders müfredatlarının güncel olması,• Eğitim ve öğretimde öğrenci odaklılık.• Fakültenin İstanbul'un merkezi bir konumunda bulunmasının yarattığı fırsatlar |

SONUÇ

Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi 2022 – 2016 Stratejik Planı, kalite güvencesine bağlı olarak öncelikle fakültenin, buna bağlı olarak üniversitenin ve ülkemizin geleceği olan mezunlarımızın başarısını arttırmak hedeflenerek hazırlanmıştır. Stratejik plan çerçevesinde fakültemizin tarihçesi ve mevcut imkanları paylaşılmış; fiziksel yeterlilikler ve müfredat programlarında yapılan güncellemelere yer verilmiştir. Fakültemizin güçlü yönleri, fırsatları, zayıf yönleri ve tehditleri belirlenerek, güçlü yönlerimizin geliştirilmesi ve fırsatlardan yararlanılması; zayıf yönlerimizin güçlendirilmesi ve tehditlerin proaktif

yöntemlerle bir krize dönüşmeden kontrol edilmesi ya da fırsata dönüştürülmesi için stratejik alan, hedef, faaliyet ve göstergeler açısından eğitim-öğretim, araştırma ve geliştirme, toplumsal katkı ve yönetim sisteminde yapılması gerekenler belirlenmiştir.

Stratejik planının hazırlanması kadar izlenmesi ve değerlendirilmesi de oldukça önemlidir. Stratejik planın onaylanıp yürürlüğe girmesinden sonra başlayacak olan İzleme ve Değerlendirme sürecinde hedeflerin gerçekleşme durumları rapor haline getirilerek, sistematik olarak izlenecektir. Bu çerçevede hedeflere ne oranda ulaşıldığı ve planın tutarlılığı değerlendirilecektir.