

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü SWOT ve Rekabet Analizleri

2021 – 2022 yılına ait üniversite taban puanları kapsamında ‘Halkla İlişkiler ve Tanıtım’ bölümü sıralamasında ilk 6 sırayı vakıf üniversitelerinin ‘burslu’ seçeneği almaktadır. Bunların hemen ardından 7. sırada İstanbul Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, 8. sırada da Marmara Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü yer almaktadır. Söz konusu puan cetveli ve detaylar aşağıdaki Tablo 1’de incelenebilir.

Bu raporda 2021-2022 Dönemi Üniversite Taban Puan Listesi (Tablo 1’de yer almaktadır) baz alınarak SWOT ve Rekabet Analizi için İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü seçilmiştir. Bu raporda Bölümümüz SWOT ve Rekabet Analizine yer verilmiştir.

Üniversite	Bölüm	Taban Puanı	Başarı Sırası	Puan Türü
Yeditepe Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (Burslu)	443,43746	2145	SÖZ
Bahçeşehir Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (Burslu)	419,9298	5470	SÖZ
Kadir Has Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (Burslu)	413,72251	7043	SÖZ
İstanbul Bilgi Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (Burslu)	408,26208	8831	SÖZ
Maltepe Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (Burslu)	405,87669	9723	SÖZ
Fenerbahçe Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Burslu)	363,12292	43699	SÖZ
İstanbul Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	361,53188	45882	SÖZ
Marmara Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	359,3101	49160	SÖZ
Maltepe Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Burslu)	358,83517	49886	SÖZ
Ankara Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	355,13028	55669	SÖZ
Haliç Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Burslu)	353,01011	59144	SÖZ
Ege Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	351,9888	60944	SÖZ
İstanbul Aydın Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Burslu)	346,13016	71663	SÖZ
Üsküdar Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Burslu)	340,38227	83604	SÖZ
Akdeniz Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	333,7415	99571	SÖZ
İstanbul Gelişim Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Burslu)	332,11882	103747	SÖZ
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	327,42912	116562	SÖZ
Kocaeli Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	322,344	131733	SÖZ
Başkent Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Burslu)	320,76078	136608	SÖZ
Pamukkale Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	306,01153	189993	SÖZ
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	295,20174	237174	SÖZ
Selçuk Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	292,33521	250736	SÖZ
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	291,06228	256920	SÖZ

(Devlet)				
Süleyman Demirel Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	285,27734	286303	SÖZ
Manisa Celâl Bayar Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	282,03235	303632	SÖZ
Erciyes Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	281,94689	304040	SÖZ
Gaziantep Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	279,92766	315152	SÖZ
Karabük Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	271,89701	361147	SÖZ
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	267,97254	384861	SÖZ
İnönü Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	267,88591	385400	SÖZ
İstanbul Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Uzaktan Öğretim) (UE-Ücretli)	267,54348	387471	SÖZ
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	264,48728	406688	SÖZ
Ondokuz Mayıs Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	263,67955	411822	SÖZ
Atatürk Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	261,29323	427114	SÖZ
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	260,68824	431034	SÖZ
Süleyman Demirel Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	260,03147	435293	SÖZ
Selçuk Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	259,88399	436241	SÖZ
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	259,57592	438248	SÖZ
Dicle Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	256,20755	460761	SÖZ
Giresun Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	253,69211	477904	SÖZ
Erciyes Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	252,22579	488187	SÖZ
Bahçeşehir Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (%50 Burslu)	252,19119	488403	SÖZ
Firat Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	249,9533	504267	SÖZ
Karabük Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	241,50021	565650	SÖZ
Gümüşhane Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	240,66854	571851	SÖZ
Başkent Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (%50 Burslu)	240,233	575102	SÖZ
Atatürk Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	236,17996	605334	SÖZ
Ankara Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Uzaktan Öğretim) (UE-Ücretli)	234,28176	619727	SÖZ
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	233,44923	626068	SÖZ
Gümüşhane Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	225,74888	687237	SÖZ
İstanbul Bilgi Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (%50 Burslu)	225,35273	690570	SÖZ
Yeditepe Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (%50 Burslu)	220,27439	733539	SÖZ
Haliç Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (%50 Burslu)	219,18388	742571	SÖZ
İstanbul Aydın Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (%50 Burslu)	219,05225	743615	SÖZ
Yakın Doğu Üniversitesi (Kktc)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Burslu)	219,0366	743717	SÖZ
Firat Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İÖ)	218,6103	747152	SÖZ
Bahçeşehir Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce)	215,99933	767193	SÖZ

	(Ücretli)			
Başkent Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Ücretli)	207,24591	809400	SÖZ
Atatürk Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Açıköğretim)	205,88329	811957	SÖZ
İstanbul Gelişim Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (%50 Burslu)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
Maltepe Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (%50 Burslu)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
Erciyes Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Uzaktan Öğretim) (UE-Ücretli)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
İnönü Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Uzaktan Öğretim) (UE-Ücretli)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
Munzur Üniversitesi (Devlet)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
Girne Amerikan Üniversitesi (Kktc)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Burslu)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
Yakın Doğu Üniversitesi (Kktc)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (%50 Burslu)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
Maltepe Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (%50 Burslu)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
Üsküdar Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (%50 Burslu)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
Yeditepe Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (Ücretli)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
Kadir Has Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İngilizce) (%50 Burslu)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ
Fenerbahçe Üniversitesi (Vakıf)	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (%50 Burslu)	Dolmadı	Dolmadı	SÖZ

Tablo 1: 2021-2022 Dönemi Üniversite Taban Puan Listesi

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü SWOT Analizi

A. Güçlü Yanlar

Marmara Üniversitesi, eğitim öğretimde en uzun geçmişe sahip, köklü devlet üniversitelerinden biri olması nedeniyle, aynı türde eğitim yapan diğer eğitim kurumları arasında öne çıkmaktadır. Marmara Üniversitesi'nin tercih edilen bölümlerinden olan "Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü" altta sıralanan güçlü yönleriyle tercih edilmektedir:

Deneyimli Akademik Kadro: Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü alanında uzman, güçlü ve deneyimli akademik kadrosu çağrı takip eden bir vizyon benimsemektedir.

Akademik ve Bilimsel Çalışmalar: Fakültenin güçlü akademik kadrosu tarafından üretilen bilimsel çalışmalar, düzenlenen bilimsel etkinlikler, layık görülen bilimsel ödüller güçlü yönlerini yansıtmaktadır. Ayrıca her ünvandan öğretim elemanlarının yayın sayılarının yıllara göre artmakta oluşu yine fakültenin güçlü yanı olarak değerlendirilebilir. Bölümde Profesör ve Doçent sayısının çokluğu da en önemli kalite göstergelerindedir.

Teknoloji Dostu Derslikler: Projeksiyon makineleri, otomatik ışıklandırma ve havalandırma gibi fiziksel imkanlar ile donatılan derslikler, fakültede işlenen derslere katılımı yükseltici nitelikte olup bölümün güçlü yönüdür.

Engelsiz Üniversite: 2022 yılında Engelsiz üniversite ödülleri için 114 Üniversiteden toplam 1074 başvuru yapılmıştır. 34 panelist tarafından yapılan değerlendirme sonuçlarına göre; 84 üniversite toplam 384 bayrak almaya hak kazanmıştır. Bu bayraklardan 226'sı 'mekanda erişilebilirliğe' verilen 'turuncu bayrak', 105'i 'eğitimde erişilebilirliğe' verilen 'yeşil bayrak' ve 53'ü de 'sosyo-kültürel faaliyetlerde erişilebilirliğe' verilen 'mavi bayrak' olmuştur. 12 üniversiteye toplam 43 program nişanı verilmiştir.' Marmara Üniversitesi, YÖK 2022 Engelsiz Üniversiteler Ödülleri'nde "Yeşil ve Turuncu" Bayrak almıştır. Üniversitemizin almış olduğu 6 ödül Eğitim Erişilebilirliği, 4 ödül ise Mekansal Erişilebilirlik kategorisindedir. Fakültemiz, Eğitim Erişilebilirliği kategorisinde Yeşil Bayrak ödülü kazanmıştır. Böyle bir fakülte bünyesinde olmak Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü için güçlü bir yöndür.

Medya Merkezi: Marmara Medya Merkezi fakülte uygulama birimlerini bünyesinde barındıran bir organizasyon olarak, öğrencilerin eğitiminde son derece önemli bir role sahip. Özellikle lisans öğrencilerinin bölümlerinde edinmiş oldukları kuramsal eğitimleri pratik çalışmalarla bütünleyen merkezimiz, öğrencilerimizi geleceğin medya çalışanları olarak yetiştirilmesini hedeflenmektedir.

Sektörel Katkı ve Geliştirme: Medya sektöründen duayen isimlerin, deneyimli meslek insanlarının, misafir katılımcı olarak eğitim-öğretime katkı vermesi verimliliği arttırmaktadır.

Öğrenci Katılımına Destek ve Ödüllendirme: Bölümdeki öğrencilerin öne çıkan çalışmalarının gerek birim bünyesinde gerekse farklı üniversitelerce yapılan yarışmalarda temsil edilmesi ve ödüllendirilmesi, fakültenin tanınırlığı ve marka değeri açısından önem taşımaktadır.

Konum ve Erişilebilirlik: İstanbul'un merkezinde konumlanmış olması, toplu taşıma ile kolay ulaşım olanakları da bölümün güçlü yanını göstermektedir.

Kütüphane ve İnternet Olanakları: Bilgiye kolay erişilebilirlik ilkesiyle hareket eden bölümde öğrencilere ders alanlarında da belli alanlarda çalışmalarını yapma imkanı sunulmaktadır. Ayrıca kampüs içerisindeki MARUN ağı kapsamında bölüm öğrencileri de ücretsiz WIFI erişiminden rahatça faydalanabilmektedirler.

Sosyalleşme ve Kulüp Faaliyetleri: Konumlandığı geniş arazideki yeşil alanlar ve özel çiçeklendirme çalışmalarıyla renklendirilen dinlenme noktalarının yanı sıra Marmara Kafeterya ve Selfish gibi iç mekanlar dahilinde de öğrencilere bol miktarda sosyalleşme imkanı verilmektedir. Öğrenci kulüplerinin aktif işleyişi, sıklıkla gerçekleştirilen bilimsel, sosyal ve kültürel etkinlikler de fakültenin güçlü yanlarını ortaya koymaktadır.

B. Zayıf Yanlar

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü bünyesindeki eğitim öğretim uygulaması sürekli olarak gelişme ve iyileşme prensibiyle hareket etmektedir. Bu bağlamda öğrenci ve akademik personel geri bildirimleri hızlıca değerlendirmeye alınmakta ve çözüm üretimi hedeflenmektedir. Zaman zaman öğretim görevlilerden gelen teknik destek talepleri (Yeni bilgisayar alımı, printer imkanlarının çoğaltılması gibi...) bütçe dolayısıyla istenildiği kadar hızlı yerine getirilememektedir.

Bölüm kapsamında tezli ve tezsiz İngilizce lisansüstü bölümlerin olmaması yabancı alan yazını kolaylıkla okuyabilecek kalifiye öğrencilerin olmamasına neden olmaktadır.

C. Fırsatlar

Başarısı kanıtlanmış eğitim kadrosu: Türkiye’de alanında duayen olan bilim insanlarının yıllarca eğitim verdiği ve çeşitli eserlere imza attığı bir kurum olarak Marmara Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü mezunlarına bu deneyimi ile yol açmaktadır.

Mezunlar Dayanışması ve Mentorluk: Birçok Marmara Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü mezunu, yıllar içerisinde iyi kurumlarda ve yüksek mevkilerde iş hayatlarına devam etmişlerdir. Bunun günümüzde de aynı şekilde sürmesi hedeflenmektedir. Mezunlar eğitim hayatlarının sonunda hak ettikleri diplomayla iş hayatında tercih edilenlerden olmaktadır. Eski mezunlarla süren mentorluk faaliyetleri de yeni mezunlara yön gösterici niteliktedir.

Altyapı: Yeni teknolojiye uyumlu derslikler, Medya Merkezi kapsamında pratiğe yönelik uygulamalar, özel çalışma alanları, sosyal mekanlar öğrencilerine bilgiye erişmek ve pratik yapmak için imkanlar sunmaktadır.

Fiziksel konum: Bu başlık hem güçlü yön ve hem de fırsat olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun sebebi ise merkezi şehir konumlandırması nedeniyle kolay ve engelsiz ulaşım imkanlarının hem varlığından hem de her geçen gün geliştirilebilecek olmasından söz etmenin mümkün olmasıdır.

Akademik dergiler, çalışmalar, etkinlikler: İletişim Fakültesi bünyesinde çıkan dergiler, alan yazında önem teşkil etmektedir. Bölüm içerisinden çeşitli hocalar bu dergilere oldukça fazla mesai harcamakta ve kendilerini geliştirmektedir. Bölümün öğretim elemanları gerek ulusal gerek se uluslararası bilimsel etkinliklere katılım konusunda oldukça aktif olmaya çalışmaktadır.

Araştırma Üniversitesi: Fakülte “Araştırma Üniversitesi” olarak seçilen bir yükseköğretim kurumu bünyesinde faaliyet göstermektedir. Bu durum akademik olarak birçok fırsat sunmaktadır.

Gelişme kapasitesi: Bölüm kapsamında tezli ve tezsiz İngilizce yüksek lisans bölümleri açılabilme potansiyeli bulunmaktadır. Bu bağlamda bölüme ait lisansüstü eğitim programlarının sayısı artırılarak daha fazla öğrenciye uluslararası düzeyde eğitim verilebilir. Üniversitelere göre Halkla İlişkiler ve Tanıtım 2021-2022 taban puanları ve başarı sıralamaları tablosu incelendiğinde (bkz. Tablo 1), en başarılı ve yüksek puan alan öğrencilerin İngilizce eğitim veren bölümleri seçtiği görülmektedir.

Yurtdışı bağlantıları: Fakültenin hali hazırda oldukça başarılı olan yurt dışı açılımları daha da gelişebilme potansiyeline sahiptir. COVID-19 Pandemisi sürecinde askıya alınan ikili anlaşmalar, akademisyen ve öğrenci değişim programları, ortak araştırmalar, akademik çalışmalar vb. desteklenerek yeniliklere gidilebilir.

D. Tehditler

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, dijital çağda da geçerliliği olan bir branş olmasından dolayı köklü bir tehditle karşı karşıya kalmaktadır. Yeni çağın gerekliklerine hem teknolojik hem de bilgi olarak ayak uydurulmalıdır. Bu bağlamda dijitalleşen dünya ve teknolojik yenilikler kapsamlı bir şekilde derslere entegre edilmelidir. Bunun için de yeni dersler müfredata eklenebilir, bazı dersler dijital dünyayı da kapsayıcı olarak geliştirilebilir ya da değiştirilebilir.

Rekabet Analizi

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü SWOT analizinden yola çıkarak rekabet analizi için seçilen başlıklar şunlardır: Eğitim rekabeti, kadro rekabeti, puan rekabeti ile bilim ve anabilim dalları rekabeti.

2 üniversitenin bölümlerinin rekabet analizleri tablo haline getirilerek bilgilere Tablo 2’de yer verilmektedir.

Üniversite/ Bölüm	Eğitim Rekabeti	Kadro Rekabeti	Puan Rekabeti	Bilim ve Anabilim Dalları Rekabeti
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü	%30 İngilizce %70 Türkçe Dersler	10 Profesör 12 Doçent 6 Dr. Öğr. Ü.	2021 – 2022 yılına ait üniversite taban puanları kapsamında 8. Sırada da Marmara Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü bulunmaktadır.	Halkla İlişkiler, Reklamcılık ve Tanıtım, Kişilerarası İletişim Araştırma Yöntemleri Anabilim Dallarına Ayrıca Halkla İlişkiler Doktora / Yüksek Lisans ve Tezsiz Yüksek Lisans Reklamcılık ve Tanıtım Doktora / Yüksek Lisans ve Tezsiz Yüksek Lisans Kişilerarası İletişim Araştırma Doktora / Yüksek Lisans ve Tezsiz Yüksek Lisans Programlarına Sahiptir.

Tablo 2: Rekabet Analizi