

MERSİN ÜNİVERSİTESİ

TARSUS MESLEK YÜKSEKOKULU

Pazarlama Programı

2008-2012

STRATEJİK PLANI

Sürüm: 1,0

Bu çalışma 10.12.2003 tarihli 5018 sayılı “Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu”nun 9. maddesine dayanılarak hazırlanmıştır. Tarsus Meslek Yüksekokulu Pazarlama Programı Strateji Planı, anılan yasa hükümleri ve Kamu idarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul Ve Esaslar Hakkında Yönetmelik ile Mersin Üniversitesi Rektörlüğü bünyesinde kurulmuş olan Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı ve Komisyonlarının belirlediği kurallar çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

Tarsus Meslek Yüksekokulu Pazarlama Programı 2008-2012 Stratejik Planı, Pazarlama Programı Strateji Komisyonunun üstün performanslı ve özverili çalışmaları sonucunda meydana getirilmiştir. Bu komisyonun üyeleri Öğretim Görevlisi Yard. Doç. Dr. Emel Bahar, Öğretim Görevlisi Emine Özlem Köroğlu ve Öğretim Görevlisi Bekir Efe’dir. Komisyon üyelerine yaptıkları bu başarılı çalışma için teşekkürü bir borç bilirim.

Öğretim Görevlisi Bekir EFE

Tarsus Meslek Yüksekokulu Pazarlama Programı Koordinatörü

ÖNSÖZ

1. GENEL BİLGİLER
 - 1.1. Tarihçe
 - 1.2. Eğitim Öğretim Programı
2. STRATEJİK PLANLAMA SÜRECİ
 - 2.1. Eğitim
 - 2.2. GZFT Analizi
3. STRATEJİK PLAN
 - 3.1. Stratejik Amaçlar ve Hedefler
4. UYGULAMA STRATEJİLERİ
 - 4.1. Faaliyetler (Projeler)
5. İZLEME VE DEĞERLENDİRME
 - 5.1. Performans Göstergelerinin Oluşturulması
 - 5.2. Planın Uygulanışının ve Performansının Değerlendirilmesi

1. GENEL BİLGİLER

1.1. Tarihçe

Pazarlama Programı yüksekokulumuz bünyesinde İktisadi ve İdari Programlar Bölümüne bağlı olarak 1993-1994 Eğitim-Öğretim yılında Eğitim Öğretime başlamıştır.

1.2. Eğitim Öğretim Programı

Okulumuzda Ön Lisans eğitimi uygulanmaktadır. Meslek Lisesi mezunları sınavsız olarak Ortaöğretim Başarı Puanına göre ilgili programlara yerleştirilmektedir. Ayrıca lise mezunları da ÖSS puanına göre tercih ettikleri bir programa yerleştirilebilmektedir.

Normal olarak eğitim öğretim süresi iki yıldır. Eğitim yarı yıl esasına göre düzenlenmiştir. Yarı yıllar Güz ve Bahar yarı yıllardır. Eğitimin dört yılda tamamlanması zorunludur. Ancak bu süre sonunda son sınıf öğrencilerine, başarısız oldukları bütün dersler için iki ek sınav hakkı verilir. Her yarı yılda en fazla 30 kredilik ders alınabilmektedir. Bir öğrencinin mezun olabilmesi için alması zorunlu olan kredi miktarı 108 kredidir.

Yüksekokulumuzda ders geçme sistemi esastır. Dersler yarı yıl esasına göre okutulur. Öğrenciler, her yarı yılda her bir ders için en az bir ara sınavına ve yarı yıl sonu sınavına alınırlar. Ders geçme notu 70/100 (2/4)'dür. İktisadi Bilimler Programından Mezun olan öğrenciler Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi'ne sınavsız dikey geçiş yapabilirler. Ayrıca tüm bölümlerden mezun olan öğrenciler Dikey geçiş sınavına girerek kendi alanları ile ilgili dört yıllık fakülte ve yüksekokullara devam ederek lisans tamamlama eğitimi alabilirler.

2.1. Eğitim

Pazarlama programı, Milli Eğitim Bakanlığı ve Yüksek Öğretim Kurulu tarafından ortak olarak hazırlanan Program Geliştirme Projesi kapsamında bulunmaktadır. Sadece Moda Konfeksiyon Programı bunun dışındadır ve 2002-2003 Öğrenim yılından sonra bu programa öğrenci alınmamıştır.

Genel olarak birinci sınıfta, ortak zorunlu dersler okutulmakta ve ilgili programa ait genel dersler verilmektedir. Birinci sınıf sonunda yaz mevsiminde veya öğrencinin ders almadığı herhangi bir zamanda 40 iş günü staj yapma zorunluluğu vardır. İkinci sınıfta, ilgili meslek dersleri okutulmakta ve buna ilave olarak alanla bağlantılı seçmeli dersler verilmektedir.

Mezunlarımız kendi alanları ile ilgili iş sahalarında ara eleman olarak çalışmaktadır. Yüksek Öğretim Kurulu tarafından alınan karar gereğince 2005-2006 Öğrenim yılından itibaren diplomalara unvan yazılmamaktadır. Dikey Geçiş Sınavını kazanan öğrencilerimizin dört yıllık lisans eğitimini tamamlama olanağı vardır. İktisadi Programlarımızdan mezun olan öğrencilerimiz sınavsız olarak lisans tamamlama eğitimi yapabilmektedir..

Programın temel amacı, iş dünyasının taleplerine cevap verebilecek bilgi ve becerilerle donatılmış, en az bir yabancı dil bilen, bilgisayar kullanımında uzman, gelişen teknoloji ve piyasa şartlarına uyum sağlayabilen, girişimci ruhuna sahip, etkin iletişim tekniklerini kullanabilen, müşteri ilişkileri yönetimi ve satışta yaratıcı özelliklere sahip 'Pazarlama Meslek Elemanı' yetiştirmektir. Programın hedefleri şunlardır:

Pazarlama Meslek Elemanı adayı öğrencileri iş dünyasının taleplerine cevap verebilecek düzeye getirebilmek için, yabancı dil ve bilgisayar alanlarında gerekli teknolojik alt yapının gerçekleştirilmesi; küreselleşme ile birlikte rekabet edebilmek, uluslararası standartların sağlanması.

Yerel işletmelerle iş birliğine giderek, ikinci sınıf öğrencilerinin uygulamalı derslerini piyasa ortamında gerçekleştirmelerini sağlamak,

2.3. GZFT Analizi

Güçlü Yönler:

Akademik kadronun nitelik olarak yeterli olması,
Mersin Üniversitesinin her alanda gelişen bir trend içinde olması ve bunun öğrenci tercihlerine olumlu yansımaları,

Zayıf Yönler:

Akademik kadronun nicelik olarak yetersiz olması,
Kütüphane donanımının yetersiz oluşu,
Programda var olan dördüncü yarıyıldaki, reklamcılık opsiyonunun akademik kadro ve teknolojik donanımın yetersizliği nedeniyle açılmaması

Tehditler:

Piyasada yaşanan ekonomik dalgalanma ve bunun istihdama olumsuz etkisi,

Piyasada mesleki eğitimsiz kişilere ‘gezici satıcılık’ yaptırılması pazarlama mesleği imajını olumsuz etkilemektedir.

Fırsatlar:

Pazarlama araştırması yapmak isteyen yerel işletmelerin okulumuz öğrencilerinden yararlanmaları, Bilişim ve hizmet sektöründeki gelişmelere paralel olarak pazarlama mesleğinin giderek daha cazip hale gelmesi

3. STRATEJİK PLAN

3.4. Stratejik Amaçlar ve Hedefler

Stratejik Amaç 1: Eğitim ve Öğretim

Sanayi ve iş dünyasının gereksinim duyduğu niteliklere uygun eleman yetiştirecek eğitim öğretim programlarının geliştirilmesi

Stratejik Hedef 1.1: Tarsus, Mersin ve Adana çevresinde bulunan iş dünyasının beklenti ve ihtiyaçlarının analizinin yapılması

Stratejik hedef 1.2. Tarsus, Mersin ve Adana çevresinde faaliyet gösteren iş dünyasının beklenti ve ihtiyaçlarının analiz sonuçları doğrultusunda Pazarlama Programının ders içeriklerini ve müfredatını gözden geçirerek yeniden yapılandırılmasının sağlanması.

Stratejik hedef 1.3. Pazarlama Programında kadrolu öğretim eleman sayısının 2008 yılı sonuna kadar üçe, 2012 yılına kadar ise beşe çıkarılması.

Stratejik Hedef 1.4. Pazarlama programında öğretim elemanı başına düşen öğrenci sayısının 25 olarak belirlenmesi.

Stratejik Amaç 2: Fiziksel ve Teknolojik Altyapı

Pazarlama Programının eğitim öğretim fiziksel ve teknolojik alt yapısının geliştirilmesine yönelik iyileştirmeler yapmak.

Stratejik Hedef 2.1. Yüksekokul kütüphanesinde bulunan, Pazarlama Programına yönelik yayınlara kolay ulaşılabilesini sağlamak için, bilgisayar destekli kaynak tarama ve dokümantasyon sistemi kurulması.

Stratejik hedef 2.2. Pazarlama Programı öğrencilerinin yabancı dil eğitimini geliştirmek üzere yararlanabileceği bir dil laboratuvarı kurulması.

Stratejik Hedef 2.3. Bilgisayar Laboratuvarının Geliştirilmesi: Bilgisayar eğitimi uygulama ağırlıklı olarak yürütüldüğünden, her öğrenciye bir bilgisayar düşecek şekilde bir laboratuvar kurulması

Stratejik Amaç 3: Kurumsal Gelişim

Pazarlama programının kurumsal gelişimini katkıda bulunacak etkinlik ve düzenlemeler yapmak.

Stratejik Hedef 3.1. Pazarlama programında akademik personelin kültürel ve teknik gelişiminin sağlanması

Stratejik Hedef 3.2. Pazarlama Programı öğrencilerinin, yüksek okuldan beledikleri ihtiyaçları belirlemek ve bunların gerçekleştirilmesini sağlamak.

Stratejik Hedef 3.3. Pazarlama programında sektör temsilcileri tarafından verilen seminer ve panellerin sayısını arttırmak.

4. UYGULAMA STRATEJİLERİ

4.1. Faaliyetler (Projeler)

Stratejik Faaliyet 1.1.1. Bölgemizde bulunan Sanayi ve Ticaret Odaları ve Akdeniz İhracatçı Birlikleri kayıtlarında bulunan Küçük ve Orta Boy Firmaların listesi, adres, telefon ve elektronik posta adresleri temin edilecektir. Bu firmaların, bilgi işlem alanında çalışan elemanlarda ne gibi özellikler istediklerini belirlemek için bir anket hazırlanacaktır. Bu anketlerin, mümkün olduğu kadar geniş katımlı olarak doldurulması sağlanacaktır.

Stratejik Faaliyet 1.2.1. Bölgemizdeki sanayi ve ticaret iş yerlerinin, anketlerde ortaya koyduğu beklentileri karşılayacak bir ders planı ve ders içerikleri hazırlanacaktır.

Stratejik Faaliyet 1.3.1. Programımıza öğretim elemanı atanması için yüksekokul müdürlüğüne bir yazı yazılacaktır.

Stratejik Faaliyet 1.4.1. Mevcut öğrenci kontenjanları göz önüne alındığında, programımızda beş öğretim elemanı istihdam edilmesi için girişimlerde bulunulacaktır.

Pazarlama Programının adının Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı olarak değiştirilmesi için Yüksek Öğretim Kurulu tarafından belirlenen kriterler yerine getirilecektir.

Stratejik Faaliyet 2.1.1. Yüksekokul kütüphanesinde bulunan, Pazarlama Programına yönelik yayınlara kolay ulaşılabilmesini sağlamak için, bilgisayar destekli kaynak tarama ve dokümantasyon sistemi kurmak amacı ile üniversitemiz merkez kampüsünde bulunan merkezi kütüphane ile temas kurularak, bir bilgisayar programı oluşturulacaktır.

Stratejik Faaliyet 2.2.1. Bir yabancı dil sınıfı oluşturulabilmesi için yüksekokul yönetimi ile ortak bir program yapılacaktır.

Stratejik Faaliyet 2.3.1. Modern bir bilgisayar laboratuvarında bulunması gereken tüm donanımlar belirlenerek bir satın alma programı gerçekleştirilecektir. Zaman içerisinde eskijen ve kullanılmaz duruma gelen cihazların yenilenmesi de göz önüne alınarak ihtiyaçlar belirlenecektir.

Stratejik Faaliyet 3.1.1. Öğretim elemanlarının akademik, kültürel ve teknik gelişiminin sağlanabilmesi için, üniversitemiz akademik birimlerinin yönetici ve öğretim üyeleri ile görüşmeler yapılarak, lisans üstü eğitim yapabilmelerine olanak sağlanmasına çalışılacaktır.

Stratejik Faaliyet 3.2.1. Pazarlama Programına kayıtlı öğrencilerin, yüksekokulumuzdan beledikleri eğitim, idari ve sosyal hizmetlerin nitelik ve niceliği konularını araştırmak üzere anket ve yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilecek ve bunların sonuçlarına göre gereken tedbirler alınacaktır.

Stratejik Faaliyet 3.3.1. Sektörün, bölgemizde bulunan birikimli yönetici ve teknik elemanları tespit edilerek, yüksekokulumuz öğrencilerine seminer, söyleşi veya ders vermeleri sağlanacaktır.

5 İZLEME VE DEĞERLENDİRME

5.1. Performans Göstergeleri Oluşturulması

Performans Göstergesi 1.1.1. Tarsus, Mersin ve Adana çevresinde faaliyet gösteren firma sayısı stratejik hedef girdisi; araştırılan firma sayısı çıktı; tespit edilen üç alan stratejik hedefin sonuç göstergesidir.

Performans göstergesi 1.2.1. Pazarlama Programında müfredatta bulunan mevcut ders sayısı girdi; gözden geçirilen ders

sayısı çıktı; yeniden yapılandırılan ders sayısı ise sonuç göstergesidir.

Performans Göstergesi 1.3.1. Pazarlama Programında öğretim elemanı ihtiyacı stratejik hedef girdisi; program bazında alınan öğretim görevlisi sayısı çıktı; program bazında toplam öğretim görevlisi sayısı ise stratejik hedefin sonuç göstergesidir.

Performans Göstergesi 1.4.1. Pazarlama Programında öğrenci kontenjan sayısı girdi; programda kadrolu öğretim elamanı sayısı çıktı; öğretim elamanı başına düşen öğrenci sayısının tespiti ise sonuç göstergesidir.

Performans Göstergesi 1.5.3. Programa öğrenci alımına başlanması.

Performans Göstergesi 2.1.1. Kütüphane için bilgisayar destekli kaynak tarama ve dökümantasyon sistemi kurulup kurulmadığı

Performans Göstergesi 2.2.1. Yabancı dil laboratuvarı kurmanın toplam maliyeti girdi; yabancı dil laboratuvarı kurulması için yapılan harcama çıktı; Pazarlama Programı öğrencilerinin ve öğretim elemanlarının yabancı dil laboratuvarından yararlanma düzeyi ise sonuç göstergesidir.

Performans Göstergesi 2.3.1. Bilgisayar Laboratuvarının Geliştirilmesi: Her biri 25 kişilik olan iki adet laboratuvar oluşturulacaktır.

Performans Göstergesi 3.1.1. Pazarlama Programında akademik personelin ihtiyaçlarının belirlenmesi ve maliyeti girdi; gerçekleşen ihtiyaçlar ve maliyetler çıktı; öncelikli ihtiyaçların tespit edilmesi de sonuç göstergesidir.

Performans Göstergesi 3.2.1. Pazarlama Programında toplam öğrenci sayısı girdi; araştırılan öğrenci sayısı çıktı; öğrenci ihtiyaç ve beklentilerinin tespit edilmesi de sonuç göstergesidir.

Performans Göstergesi 3.3.1. Bir yılda planlanan toplam seminer sayısı girdi; gerçekleşen seminer sayısı çıktı; seminer ve panellere katılan öğrenci sayısı ise sonuç göstergesidir.

5.2. Planın Uygulanışının ve Performansının Değerlendirilmesi

Performans Değerlendirilmesi 1.1.1.1. Araştırılan firma sayısının Tarsus, Mersin ve Adana çevresinde faaliyet gösteren toplam firma sayısına oranı ile verimlilik; hedeflenen alanda görüşülen firma sayısının tespit edilen firma sayısına oranı ile etkinlik ve analizdeki sapma oranı ile kalite değerlendirilir.

Performans değerlendirilmesi 1.2.1.1. Pazarlama Programında gözden geçirilen ders sayısının, müfredatta bulunan mevcut ders sayısına oranı ile verimlilik; yeniden yapılan ders sayısının müfredatta bulunan mevcut ders sayısına oranı ile etkinlik; öğrencilerin ve iş çevresinin memnuniyeti ile kalite değerlendirilir.

Performans Değerlendirilmesi 1.3.1.1. Pazarlama Programında program bazında alınan öğretim görevlisi sayısının, programdaki öğretim elemanı sayısına oranı ile verimlilik; program bazında toplam öğretim görevlisi sayısının, öğretim elemanı ihtiyacına oranı ile etkinlik; programdaki öğretim elemanlarının memnuniyet oranı ile kalite değerlendirilir.

Performans Değerlendirilmesi 1.4.1.1. Pazarlama Programında kadrolu öğretim elemanı sayısının öğrenci kontenjan sayısına oranı ile verimlilik; öğretim elemanı başına düşen öğrenci sayısının öğrenci kontenjan sayısına oranı ile etkinlik; öğrenci ders anketleri ile kalite değerlendirilir.

Performans Değerlendirilmesi 2.1.1.1. Satın alınan cihazların maliyetinin toplam maliyete oranına verimlilik, Pazarlama Programı öğrenci ve öğretim elemanlarının kütüphaneden yararlanmak düzeyi ve kütüphane otomasyon programı aylık değerlendirme raporu kalite göstergesidir.

Performans Değerlendirilmesi 2.2.1.1. Satın alınan cihazların maliyetinin toplam maliyete oranına verimlilik, Pazarlama Programı öğrencilerinin ve öğretim elemanlarının yabancı dil laboratuvarından yararlananların memnuniyet oranı ise kalite göstergesidir.

Performans Değerlendirilmesi 2.3.1.1. Birinci stratejik planın sonunda yeterli sayıda donanımına sahip olunmasının sağlanması.

Performans Değerlendirilmesi 3.1.1.1. Pazarlama Programında akademik personelin gerçekleşen ihtiyaçlar ve maliyetlerinin, akademik personelin ihtiyaçlarının ve maliyetlerine oranı verimlilik; akademik personelin öncelikli ihtiyaçlarının ve maliyetinin akademik personel ihtiyaç ve maliyetlerine oranı etkinlik; akademik personelin memnuniyet oranı ise kalite göstergesidir.

Performans Değerlendirilmesi 3.2.1.1. Pazarlama programında araştırılan öğrenci sayısının toplam öğrenci sayısına oranı verimlilik; öğrenci ihtiyaç ve beklentilerinin toplam öğrenci sayısına oranı etkinlik; öğrencilerin memnuniyet oranı ise kalite

göstergesidir.

Performans Değerlendirilmesi 3.3.1.1. Pazarlama programında gerçekleşen seminer sayısının bir yılda planlanan toplam seminer sayısına oranı verimlilik;seminer ve panellere katılan öğrenci sayısının planlanan seminer sayısına oranı etkinlik;Öğrenci ve sektör temsilcilerin memnuniyeti ise kalite göstergesidir.