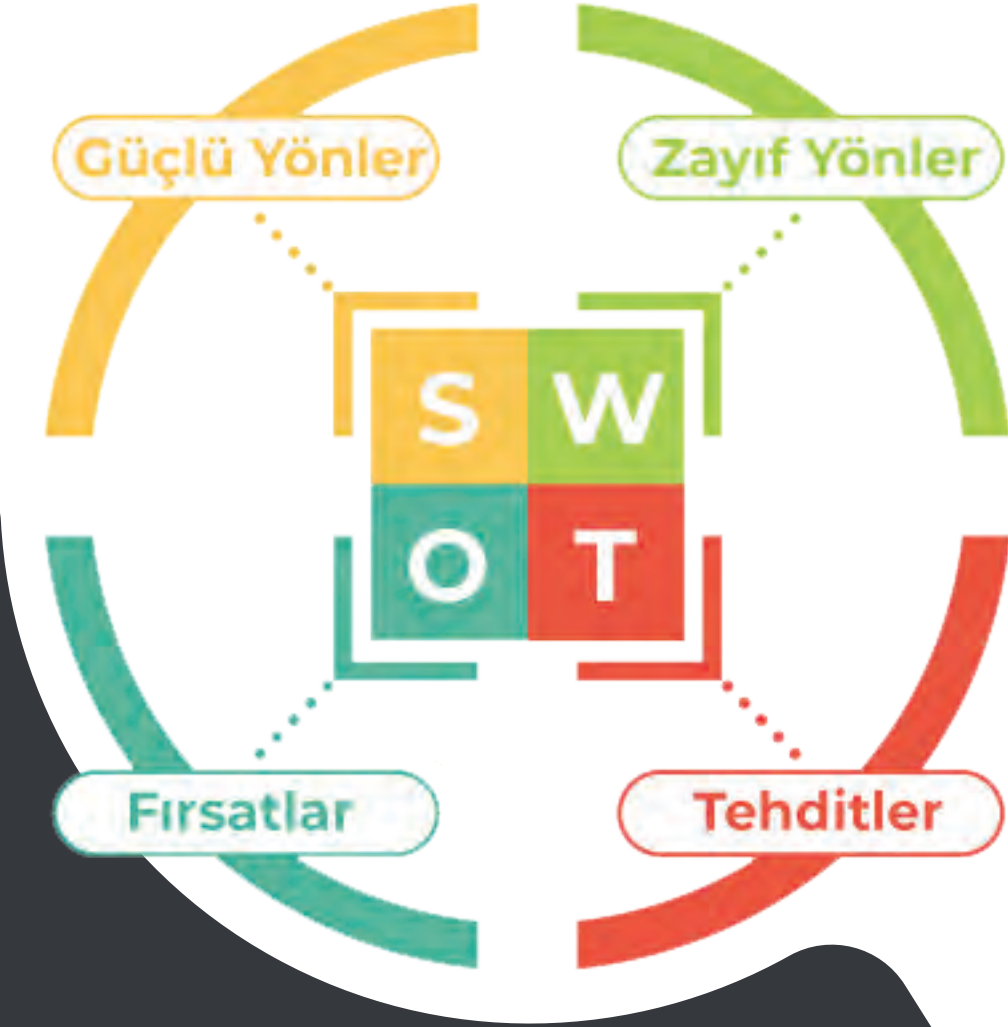




İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümü



SWOT ANALİZİ

GÜÇLÜ YÖNLER (STRENGTHS)

Öğrenciyi merkeze alan
eğitim anlayışı

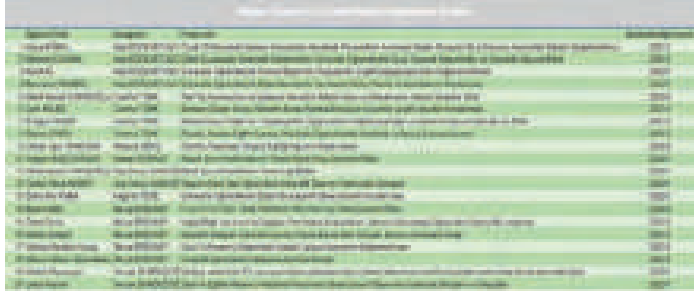


Genç, dinamik ve başarı
odaklı akademik kadroya
sahip olması

Medya sektörünün
gereksinimlerine göre
hazırlanmış eğitim müfredatı



Bölümdeki öğrenci -
akademisyen ilişkisinin güçlü
olması



Bölümdeki akademisyenlerin öğrenci projelerini desteklemesi ve teşvik etmesi

Öğrencilerin uygulama yapabilecekleri birimin olması



Öğrencilerin İşletmede Mesleki Eğitim dersi ile sektörü tanıma ve ilerisi için iş imkanının bulunması



<https://iletisimtasarim.samsun.edu.tr/akademik-kadro/>

Bölümün ismine uygun olarak çeşitli disiplinlerden öğretim elemanının bulunması

Bölümde sanatsal, kültürel, sosyal ve akademik faaliyetlerin sıklıkla düzenlenmesi



Bölümün öğrenciler tarafından yaklaşık %50 oranında birinci sırada tercih edilmesi

Programa Yerleşen Sayısı	52	
Birinci Tercih Olarak Yerleşen Sayısı	26	%50,0
İlk Üç Tercih Olarak Yerleşen Sayısı	36	%69,2
İlk On Tercih Olarak Yerleşen Sayısı	48	%92,3
Yerleşenler Ortalama Kaçınıcı Tercihinde Yerleşti	3,6	

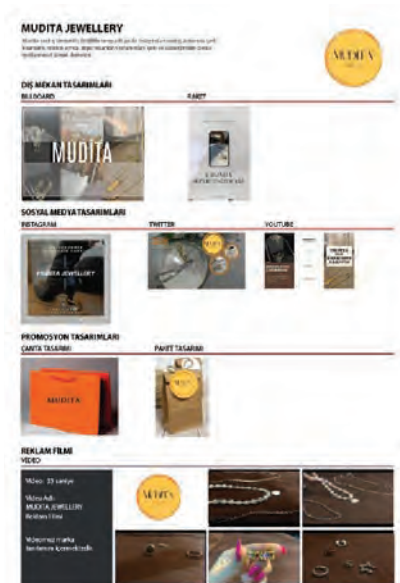
Akademik danışmanlık faaliyetlerinin iyi yürütülmesi



Bölüm öğretim elemanlarının eğitim-öğretim açısından yenilenmeye ve gelişmeye açık olması

<https://iletisimtasarim.samsun.edu.tr/akademik-kadro/>

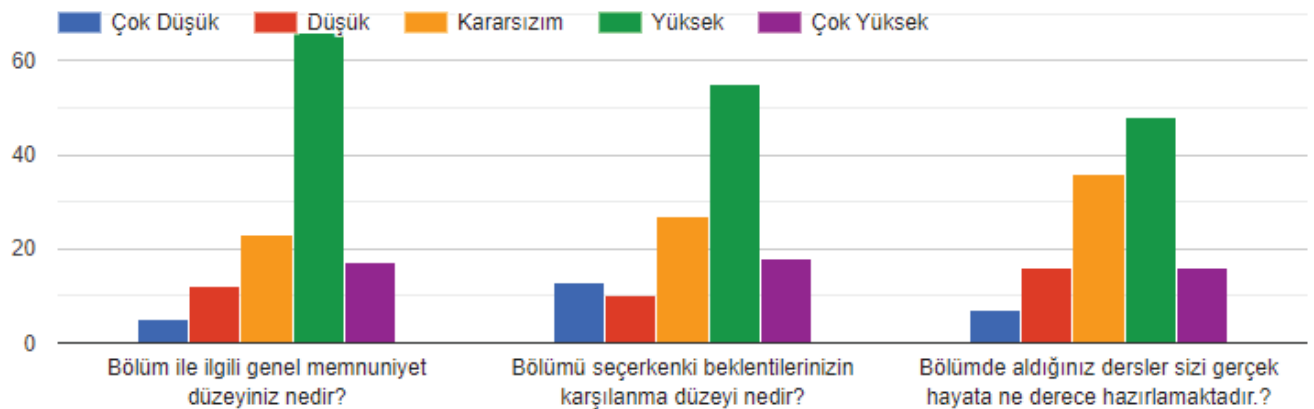
Hızlı karar alabilme ve uygulama yeteneği ile yaratıcılığı geliştirici çalışma yöntemlerinin öğretilmesi



İletişim ve Tasarım ortamları ve kurumları ile sürekli diyalog içinde olunması



Bölümdeki iletişim, yönetim ve tasarım alanındaki derslerin ortak bir sistemle ve uyumlu bir şekilde yürütülmesi



ZAYIF YÖNLER (WEAKNESSES)

Bölümdeki uygulamalı derslerin farklı bir kampüste yürütülmesi

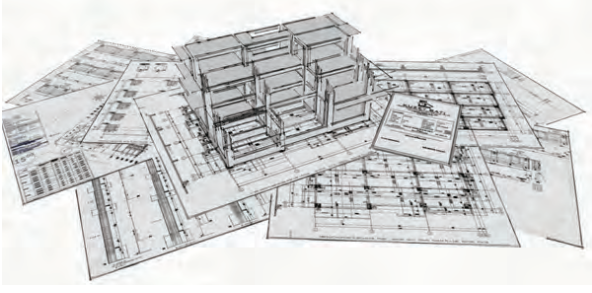


Teknolojik altyapının istenilen düzeyde olmaması

Yüksek lisans programının olmaması



Üniversite içerisindeki sosyal alanların istenilen düzeyde olmaması



**Mekân yetersizliği yüzünden
atölye sisteminin eksikliği**

TEHDİTLER (THREATS)

Üniversite aday öğrencilerinin medya sektörünün merkezi olan İstanbul ve Ankara şehirlerini öncelikli olarak tercih etmesi

	Yerleşen Sayısı	% Oran
Toplam	52	%100,0
Samsun	24	%46,2
İstanbul	5	%9,6
Trabzon	4	%7,7
Ankara	2	%3,9
Konya	2	%3,9

Son yıllarda iletişim alanında eğitim veren fakülte ve bölümlerin sayılarındaki artış

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ (4 Yıllık) (İletişim Bilimleri Fakültesi)	DEVLET
SAMSUN ÜNİVERSİTESİ (4 Yıllık) (İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi)	DEVLET
İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ (İngilizce) (%50 İndir... (İletişim Fakültesi)	VAKIF
İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ (İngilizce) (Burslu) (4... (İletişim Fakültesi)	VAKIF

ARKIN YARATICI SANATLAR VE TASARIM ÜNİVERS... (İletişim Fakültesi)	KKTC
ARKIN YARATICI SANATLAR VE TASARIM ÜNİVERS... (İletişim Fakültesi)	KKTC
ARKIN YARATICI SANATLAR VE TASARIM ÜNİVERS... (İletişim Fakültesi)	KKTC

Bölümden mezun olan öğrencilerin kamuda istihdam olanağının sınırlı olması



Bölümün bulunduğu kampüsün yeni kuruluyor olması

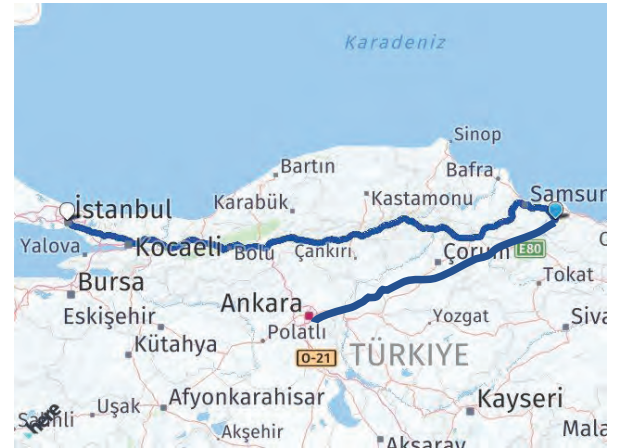


Üniversitemizin coğrafi konumu nedeniyle sanatsal faaliyetlere uzak olması



İletişim Tasarımı ve Yönetimi bölümü için vazgeçilmez olan teknolojik malzemelerin pahalı olması

Medya sektörünün merkezi olan İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlere kısmen uzak olması





İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümü