

YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
KARİYER GÜNLERİ VE SEKTÖR BULUŞMALARI
YOL HARİTASI RAPORU

GİRİŞ

İletişim Fakültesi Dekanlığının 07.05.2026 tarihli ve E-52096525-200-413909 sayılı yazısı doğrultusunda, öğrencilerin akademik, sosyal ve mesleki gelişimlerini desteklemek amacıyla Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü bünyesinde uygulanabilecek Kariyer Günleri ve Sektör Buluşmaları programı hazırlanmıştır.

1. AMAÇ

Programın temel amacı; Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğrencilerinin sektör temsilcileri, mezunlar, ajans profesyonelleri ve kurumsal iletişim uzmanları ile bir araya gelmesini sağlamak, uygulamalı öğrenme süreçlerini desteklemek ve öğrencilerin mesleki yetkinliklerini geliştirmektir.

Ayrıca öğrencilerin;

- Reklam ve halkla ilişkiler sektöründeki güncel uygulamaları tanımaları,
- Dijital iletişim araçlarını etkin kullanabilmeleri,
- Marka yönetimi, sosyal medya iletişimi ve kurumsal iletişim alanlarında deneyim kazanmaları,
- Sektör-profesyonel ağlarını geliştirmeleri,
- Kariyer planlamalarına katkı sağlamaları

hedeflenmektedir.

2. PROGRAMIN KAPSAMI

Program; panel, söyleşi, uygulamalı atölye çalışmaları, yaratıcı kampanya uygulamaları ve öğrenci yarışmalarından oluşacaktır. Etkinliklerin bahar yarıyılıının ilk haftasında gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.

Program kapsamında aşağıdaki temaların ele alınması önerilmektedir:

- Dijital halkla ilişkiler ve sosyal medya yönetimi
- Reklam kampanyası tasarımı
- Marka iletişimi ve kurumsal itibar yönetimi
- İçerik üretimi ve dijital pazarlama
- Yapay zekâ destekli iletişim uygulamaları
- Ajans deneyimleri ve kariyer süreçleri

3. PROGRAM AKIŞI

Gün	Etkinlik	İçerik
1. Gün	Açılış ve Panel	Dijital iletişim, reklamcılıkta yeni trendler, kariyer olanakları
1. Gün	Söyleşi	Mezun öğrenciler, ajans temsilcileri ve kurumsal iletişim uzmanları ile buluşma
2. Gün	Sosyal Medya Atölyesi	Sosyal medya içerik üretimi, kampanya planlama ve etkileşim yönetimi
2. Gün	Reklam Tasarımı Atölyesi	Yaratıcı reklam fikri geliştirme ve dijital kampanya oluşturma
2. Gün	Öğrenci Yarışması	En iyi sosyal sorumluluk kampanyası veya reklam kampanyası yarışması

4. DAVET EDİLEBİLECEK KURUMLAR VE PAYDAŞLAR

- Reklam ajansları
- Halkla ilişkiler ajansları
- Kurumsal iletişim departmanları
- Dijital medya ve sosyal medya içerik üreticileri
- Yerel ve ulusal medya kuruluşları
- Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü mezunları
- Kamu kurumlarının basın ve halkla ilişkiler birimleri

5. ÖLÇÜLEBİLİR ÇIKTILAR

Çıktı	Hedef
Katılımcı öğrenci sayısı	100+
Atölye sayısı	2
Yarışma sayısı	1
Üretilen kampanya/proje sayısı	15+
Sektör temsilcisi katılımı	3-5 kişi
Sosyal medya içerik üretimi	20+ içerik

6. MİKRO SERTİFİKA VE KATILIM BELGESİ

Etkinliklere ve atölye çalışmalarına katılan öğrencilere katılım belgesi verilmesi önerilmektedir. Ayrıca mikro yeterlilik kapsamında “Dijital İçerik Üretimi”, “Sosyal Medya Yönetimi” ve “Reklam Kampanyası Tasarımı” başlıklı eğitimlerin sertifikalandırılması planlanabilir.

7. ORGANİZASYON YAPISI

Genel Koordinasyon: Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölüm Başkanlığı

Teknik Destek: Fakülte Dekanlığı ve teknik personel
Öğrenci Organizasyonu: Öğrenci toplulukları ve gönüllü ekipler

Sosyal Medya ve Tanıtım: Öğrenci sosyal medya ekibi

Kurumsal İletişim ve Sponsorluk: Bölüm öğretim elemanları ve paydaş kurumlar

8. SONUÇ

Hazırlanan bu yol haritası; öğrencilerin sektörle doğrudan etkileşim kurmasını sağlayan, uygulamalı eğitimi destekleyen ve ölçülebilir çıktılar üreten bir organizasyon modeli sunmaktadır. Program sayesinde öğrencilerin iletişim, yaratıcılık, dijital medya kullanımı ve takım çalışması becerilerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Ayrıca programın her yıl güncellenerek sürdürülebilir hale getirilmesi ve sektör iş birliklerinin artırılması planlanmaktadır.