

STRATEJİK HEDEFLERİMİZ

1. EĞİTİM: ULUSLARARASI STANDARTLARDA NİTELİKLİ İLETİŞİMCİLER YETİŞTİRMEK

Stratejik Amaç: İletişim alanında akredite, dijital dönüşüme uyumlu ve küresel rekabet gücüne sahip mezunlar yetiştirmek.

Eylem Planı:

- **Akreditasyon:** İLEDAK akreditasyon süreçlerini takip ederek program kalitesini geliştirmek ve belgelemek.
- **Müfredat Güncelleme:** Yapay zekâ ve dijital medya yönetimi gibi güncel alanları müfredata entegre etmek.
- **Uygulamalı Eğitim:** Stüdyo, laboratuvar ve saha çalışmalarıyla teorik bilgiyi pratiğe dönüştüren proje tabanlı dersler tasarlamak.
- **Uluslararası İş Birlikleri:** Erasmus+, COIL (Collaborative Online International Learning) gibi programlarla öğrenci ve öğretim elemanı değişimini teşvik etmek.

2. ARAŞTIRMA: DİSİPLİNLERARASI VE YENİLİKÇİ ARAŞTIRMA KÜLTÜRÜNÜ GÜÇLENDİRMEK

Stratejik Amaç: İletişim bilimlerinde ulusal ve uluslararası atıf endekslerinde yer alan nitelikli yayın sayısını artırmak.

Eylem Planı:

- **Odak Alanlar:** Dijital medya etiği, dezenformasyonla mücadele, yapay zekâ, pazarlama iletişimi, reklam ve sosyal medya, kültürlerarası iletişim ve küresel medya politikaları.
- **Destek Mekanizmaları:** BAP, TÜBİTAK, Horizon Europe projeleri gibi projeler için akademik ekipler oluşturmak ve Yıllık "İletişim Araştırmaları Sempozyumu" düzenleyerek veya alandaki sempozyumlara katılarak disiplinler arası çalışmaları teşvik etmek ve desteklemek.
- **Yayın Hedefleri:** Fakülte bünyesinde açık erişimli (open-access) bir iletişim dergisi çıkarmak.

3. TOPLUMSAL KATKI: SOSYAL SORUMLULUK VE YEREL KALKINMAYA DESTEK

Stratejik Amaç: İletişim becerilerini kullanarak toplumsal farkındalık oluşturmak ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek.

Eylem Planı:

- **Yerel Projeler:** Yerel medya kuruluşlarıyla iş birliğiyle "Medya Okuryazarlığı" kampanyaları düzenlemek ve STK'larla ortaklaşa toplumsal cinsiyet eşitliği veya iklim krizi temaları başta olmak üzere sosyal sorumluluk belgesel projeleri üretmek.
- **Uluslararası İş Birlikleri:** UNESCO'nun "Medya ve Bilgi Okuryazarlığı" programlarına katılım sağlamak ve göçmenlerin medya temsili gibi küresel sorunlara yönelik araştırma ekipleri kurmak.

4. STRATEJİK ARAŞTIRMA KONULARI: ÖNCELİKLİ ALANLAR

- **Odak Konular:**
 - Yerel:** Yerel kültürün markalaşması için hikâye anlatımı (storytelling) teknikleriyle dijital kampanyalar tasarlanması.
 - Bölgesel:** Kültürlerarası iletişimi güçlendirmek için ortak medya projeleri ve karşılıklı tanıtım faaliyetleri.
 - Ulusal:** Türk medyasında nefret söylemi ve etik düzenlemeler.
 - Küresel:** Yapay zekanın iletişim pratiklerine etkisi.
- **Uygulama:** Her konu için ayrı araştırma grupları oluşturmak, BAP ve TÜBİTAK projelerine başvurmak.

5. BM SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA AMAÇLARI (SKH) İLE ENTEGRASYON

Amaç: Fakültenin misyonunu BM'nin 17 SKH'siyle uyumlu hale getirmek.

➤ Eşleştirme Örnekleri:

SKH 4 (Nitelikli Eğitim): Medya okuryazarlığı eğitimleri.

SKH 5 (Toplumsal Cinsiyet Eşitliği): Medyada kadın temsili üzerine çalışmalar.

SKH 16 (Barış ve Adalet): Dezenformasyonla mücadele projeleri.

SKH12 (Sorumlu Üretim ve Tüketim): Sürdürülebilir üretim ve tüketim projeleri

➤ Adımlar:

İletişim Fakültesi öğretim üyelerinin yılda en az iki SKH ile bağlantılı yayın üretmesi.

Lisansüstü tezlerde SKH bağlantılı en az bir tez çalışmasının belirlenmesi.

Yıllık "Sürdürülebilir İletişim" konferansı vb faaliyetleri düzenlemek veya SKH ile uyumlu konferanslara İletişim Fakültesi öğretim üyelerinden en az biriyle katılım sağlamak.