



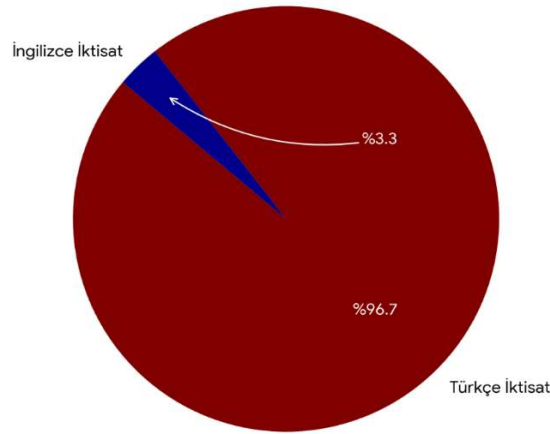
2025-2026 EĞİTİM ÖĞRETİM YILI
BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
İKTİSAT BÖLÜMÜ

SOSYAL ETKİNLİK MEMNUNİYET ANKETİ-I
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME KOMİSYONU RAPORU

SORU BAZLI ve GENEL DEĞERLENDİRMELER

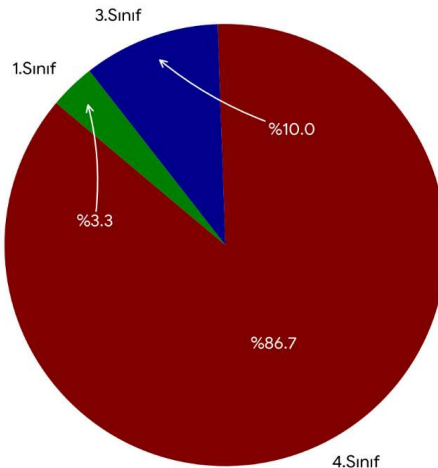
Mezun-Aktif Öğrenci Buluşması Etkinliği Memnuniyetini Değerlendirme Anketi, İktisat Türkçe ve İngilizce Lisans programı öğrencilerinin söz konusu etkinliğe katılım durumunu ve memnuniyetini ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Anket etkinliğe katılan toplam 30 öğrenci tarafından doldurulmuştur. Grafik 1’de görüldüğü gibi, ankete katılan 30 öğrencinin 29’u (%96.7) Türkçe İktisat programında eğitim görmektedir. İngilizce İktisat programından ise yalnızca 1 katılım (%3.3) sağlanmıştır. Bu durum, etkinliğin mevcut kitlesinin neredeyse tamamen Türkçe programı öğrencileri tarafından oluştuğunu göstermektedir.

Grafik 1: Ankete Katılanların Programa Göre Dağılımı (%)



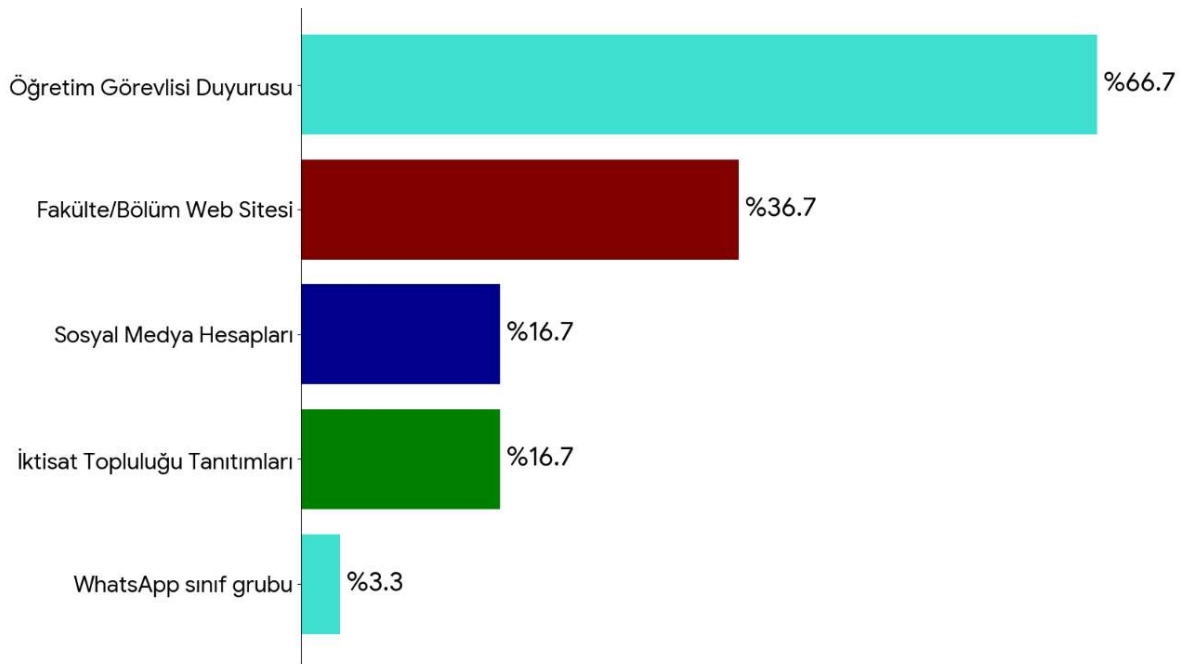
Ankete katılan 30 öğrencilerden 26 kişi ile en yüksek katılımı sağlayan grup 4.sınıflardır. Katılımcıların %86,7'si son sınıf öğrencisidir. 3. sınıflardan 3 kişi katılım sağlamıştır ve örneklemin %10'unu temsil etmektedir. 1. sınıflardan ise 1 kişi katılım sağlamıştır ve örneklemin %3,3'ünü temsil etmektedir. 2. sınıflardan ankete katılım kaydı bulunmamaktadır. Elde edilen sonuçlar katılımın ağırlıklı olarak son sınıf öğrencilerinden oluştuğunu göstermektedir. Alt sınıflara doğru inildikçe sayısal temsil azalmaktadır.

Grafik 2: Ankete Katılanların Sınıfa Göre Dağılımı (%)



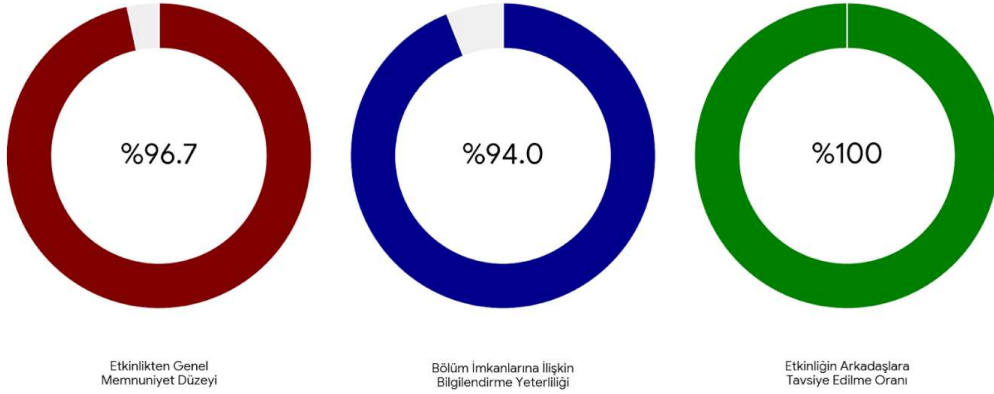
Etkinlikten haberdar olma kanalları incelendiğinde, akademik kadronun doğrudan bilgilendirme gücü en etkili yöntem olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların %66,7'si etkinliği öğretim görevlilerinin duyuruları veya ders hocalarının bilgilendirmesi sayesinde öğrendiğini belirtmiştir. Kurumsal dijital mecralar arasında fakülte ve bölüm web sitesi %36,7'lik bir oranla ikinci sırada yer alırken, İktisat Topluluğu tanıtımları ve sosyal medya hesapları %16,7'şer pay ile katılımcılara ulaşmada etkili rol oynamıştır. WhatsApp sınıf grupları ise %3,3'lük bir oranla en düşük etkileşimin sağlandığı kanal olmuştur. Veriler, geleneksel akademik duyuru yöntemlerinin dijital kanallara göre yaklaşık iki kat daha fazla erişim sağladığını ve öğrencilerin çoğunlukla birden fazla kanal üzerinden bilgilendirildiğini göstermektedir.

Grafik 3: Ankete Katılanların Etkinlikten Haberdar Olmada İletişim Kanalları (%)



Anket verilerine göre etkinliğin memnuniyet düzeyi, katılımcılar arasında oldukça yüksek ve homojen bir başarı grafiği çizmektedir. Genel memnuniyet ortalaması 100 üzerinden 96,7 gibi çok yüksek bir skora ulaşırken, katılımcıların %83,3'ü en yüksek puan olan 5, geri kalan %16,7'si ise 4 puan vermiştir; olumsuz veya nötr herhangi bir puanlama kaydedilmemiştir. Etkinliği arkadaşlarına tavsiye etme oranı ve beklentileri karşılama düzeyi %100 gibi tam bir mutabakatla sonuçlanmıştır. İktisat Bölümü'nün sunduğu staj, Erasmus, ÇAP ve Yandal gibi teknik imkanlara yönelik bilgilendirmelerin yeterliliği ise %94'lük bir memnuniyet oranına sahiptir. Açık uçlu geri bildirimlerde yer alan devamlılık talepleri ve teşekkür mesajları, sayısal verilerle örtüşen başarıyı teyit etmektedir.

Grafik 4: Ankete Katılanların Memnuniyet Düzeyleri (%)



GENEL DEĞERLENDİRME

İktisat Bölümü Mezun-Aktif Öğrenci Buluşması anketi, etkinliğin özellikle mezuniyet aşamasındaki son sınıf öğrencileri üzerinde çok güçlü bir aidiyet ve memnuniyet yarattığını göstermektedir. Katılımcıların %86,7 gibi ezici bir çoğunluğunun 4. sınıf, %96,7'sinin ise Türkçe İktisat programından olması, etkinliğin odak noktasının kariyer eşliğindeki öğrenci grubu olduğunu kanıtlamaktadır. Akademik kadronun %66,7'lik bir oranla en etkili iletişim kanalı olması, hoca-öğrenci arasındaki güven bağının kurumsal dijital mecralardan daha işlevsel olduğunu ortaya koymaktadır. %100'lük tavsiye oranı ve beklentileri karşılama düzeyi, organizasyonun içerik kalitesinin öğrenci motivasyonu ile tam bir uyum yakaladığını, staj ve dış ilişkiler gibi teknik bilgilendirmelerin ise yüksek puanlarla karşılık bulduğunu somutlaştırmaktadır.

Etkinliğin en güçlü yönü, katılımcıların tamamının organizasyonu tavsiye etmesi ve sunulan içerikten tam verim almasıdır. Özellikle mezun deneyimlerinin aktarılması, öğrencilerin geleceğe dair kaygılarını azaltarak motivasyonel bir köprü kurmuştur. Bölüm imkanlarına dair %94'lük yeterlilik skoru, teknik sunumların başarısını simgelemektedir. Ancak eleştirel bir bakışla, İngilizce İktisat programı ve alt sınıfların katılım oranlarının oldukça düşük kalması bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Bu durum, etkinliğin kapsayıcılık kapasitesinin sınırlı kaldığını ve alt sınıfların kariyer planlama sürecine dahil edilmesi gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, WhatsApp gibi anlık iletişim kanallarının duyuru aşamasında düşük performans göstermesi, dijital öğrenci ağlarının daha etkin kullanılabileceğine dair bir işarettir.

Geleceğe yönelik planlamalarda, alt sınıfların ve İngilizce İktisat Programı öğrencilerinin katılımını artırmak için iletişim kanallarının daha aktif kullanılması gerekmektedir. Açık uçlu sorularda vurgulanan bankacılık, KPSS süreci ve reel sektör mülakatları gibi somut talepler, bir sonraki etkinliğin konularına yönelik ışık tutmaktadır. Ayrıca, bu buluşmaların bir gelenek haline getirilmesi ve öğrenci topluluklarının organizasyonun mutfak kısmında daha aktif rol alması, hem aidiyeti artıracak hem de duyuru aşamasında sosyal medyanın gücünü daha etkin kılacaktır.