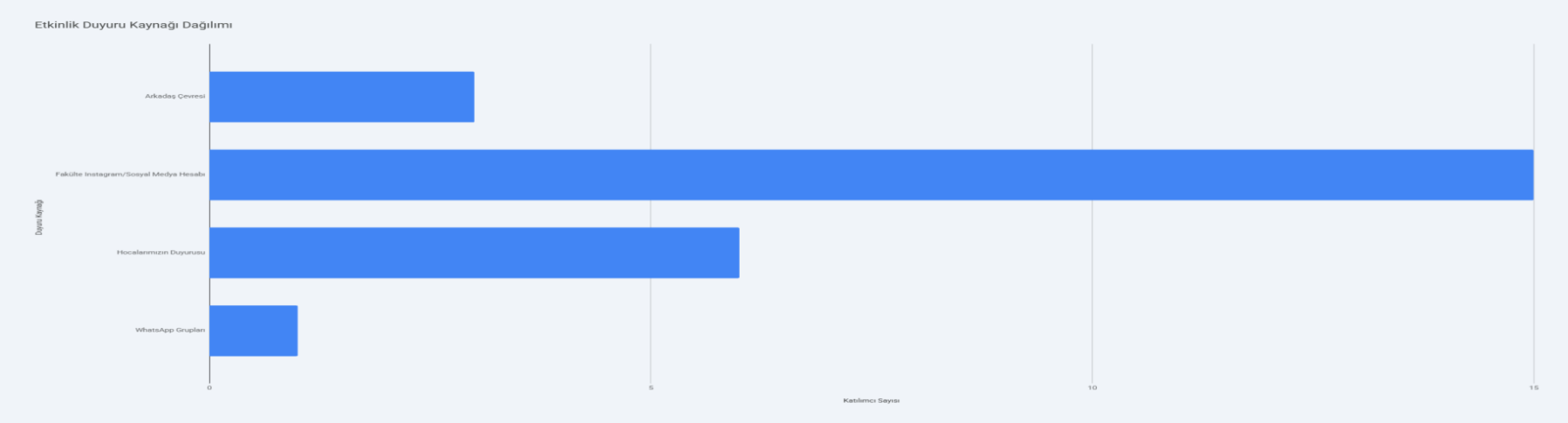
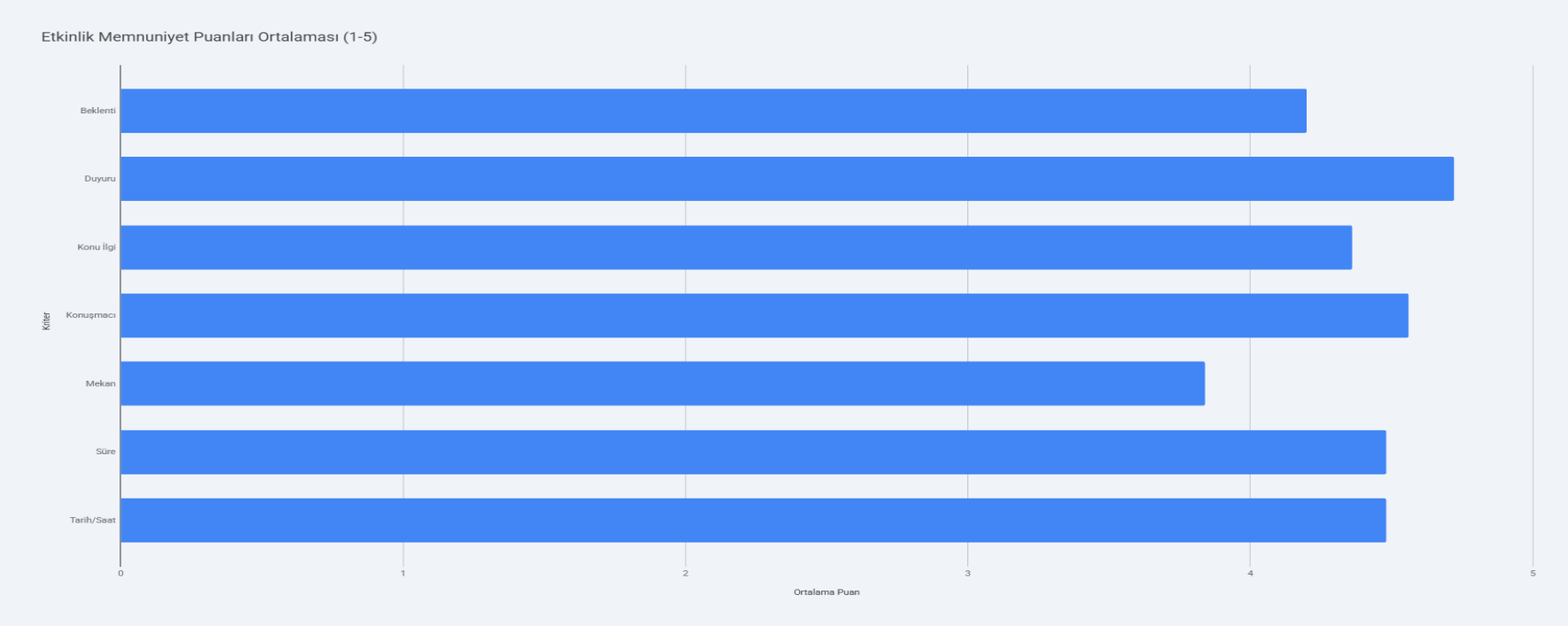
GENÇ ATÖLYE SEKTÖRDEN AKADEMİYE: DİJİTAL MEDYA DENEYİMLERİ ETKİNLİĞİ ANKET SONUÇ RAPORU




Etkinlik Duyuru Kaynağı Dağılımı
Arkadaş Çevresi
Fakülte Instagram/Sosyal Medya Hesabı
Hocalarımızın Duyurusu
WhatsApp Grupları
Duyuru Kaynağı
0
5
10
15
Katılımcı Sayısı


Etkinlik Memnuniyet Puanları Ortalaması (1-5)
Beklenti
Duyuru
Konu İlgi
Konuşmacı
Mekan
Süre
Tarih/Saat
Kriter
0
1
2
3
4
5
Ortalama Puan

1. Temel Memnuniyet Alanları ve Geliştirilmesi Gereken Yönler

Etkinlik genel olarak yüksek memnuniyet puanları almıştır (1-5 arası skalada). **"Etkinlik Memnuniyet Puanları Ortalaması"** grafiği, hangi kriterlerin en iyi ve en düşük puanları aldığını göstermektedir.

- **Yüksek Memnuniyet Alanları:**
  - **Duyurulara Ulaşım (Ortalama 4.72):** Etkinlik duyurularına ulaşmanın kolay olması en yüksek puanı almıştır.
  - **Konuşmacı/Eğitmen (Ortalama 4.56):** Konuşmacının/Eğitmenin konuya hakimiyeti ve etkileyiciliği oldukça beğenilmiştir.
  - **Süre ve Tarih (Ortalama 4.48):** Etkinlik süresinin ve tarih/saatinin uygunluğu da yüksek puanlar almıştır.
- **Geliştirilebilecek Temel Alan: Mekân:**
  - **Etkinlik Mekânı (Ortalama 3.84):** Mekân (ses, ışık, oturma düzeni) ile ilgili memnuniyet, en düşük ortalama puanı almıştır. Açık uçlu geri bildirimlerde de **"Salon daha iyi olabilirdi"**, **"Daha geniş bir salonda yapılabilir"** ve **"Ses sorunu, oturma sıkıntısı (birçok kişi ayakta dinledi)"** gibi yorumlar bu durumu desteklemektedir. Mekân koşullarının iyileştirilmesi, katılımcı deneyimini artırmak için en öncelikli adım olarak belirlenmiştir.

2. Katılımcı Profili ve Etkinlik Erişimi

Katılımcıların statüleri ve etkinliği duyma kanalları, etkinliğin temel hedef kitlesi ve iletişim stratejisi hakkında bilgi vermektedir.

- **Katılımcı Profili:**
  - **Öğrenci Odaklılık:** Katılımcıların **%56'sı Öğrenci**, **%36'sı Akademik Personel** ve **%8'i İdari Personel**dir. Etkinliğin ağırlıklı olarak öğrencilere hitap ettiği ve akademik personelin de yoğun ilgi gösterdiği anlaşılmaktadır.
- **Duyuru Kaynakları:**
  - **Sosyal Medya Etkinliği:** Katılımcıların büyük çoğunluğu, etkinliği **Fakülte Instagram/Sosyal Medya Hesabı** üzerinden öğrendiğini belirtmiştir.
  - **Kişisel Etkileşim:** İkinci en etkili kanal ise **Hocalarımızın Duyurusu** olmuştur. Bu durum, Fakülte sosyal medya hesaplarının ve öğretim üyelerinin kişisel yönlendirmelerinin en güçlü iki erişim aracı olduğunu göstermektedir.

3. Gelecek Etkinlikler İçin Öneriler

Katılımcılar, İletişim Fakültesi'nde gelecekte düzenlenmesini istedikleri etkinlik konularına dair çeşitli öneriler sunmuşlardır.

- **Teknoloji ve Uygulama Odaklı Konular:**
  - Özellikle **Yapay Zekâ ve İletişimin Dönüşümü**, **sosyal medya**, **içerik üretimi**, **video/fotoğraf düzenlemesi** gibi konular talep edilmiştir. Bu, öğrencilerin sektörde güncel ve uygulamaya yönelik becerilere odaklanan atölye ve etkinliklere ilgi duyduğunu işaret etmektedir.
- **Çeşitlilik ve Sektör Deneyimi:**
  - **"Sektörden akademiye devam etmesini isterim"** gibi yorumlarla bu tarz sektör deneyimlerini aktaran etkinliklerin devamı istenmektedir.
  - **Reklam ajansları**, **Gazetecilik alanı**, **Medya çalışmaları** gibi spesifik alanlara yönelik etkinlik talepleri de mevcuttur.

Özetle: Etkinlik Memnuniyet Puanları Ortalaması grafiği, katılımcıların 1'den 5'e kadar (5 en yüksek memnuniyet) puanladığı yedi farklı kriterin ortalama memnuniyet puanlarını göstermektedir.

- **En Yüksek Puan (4.72): "Duyuru Kolaylığı"** kriteri en yüksek puanı almıştır. Bu, etkinlik duyurularına ulaşmanın kolay olduğunu göstermektedir.
- **En Düşük Puan (3.84): "Mekân Uygunluğu"** kriteri en düşük puanı almıştır. Bu, ses, ışık ve oturma düzeni gibi mekân koşullarının geliştirilebilecek en önemli alan olduğunu işaret etmektedir.
- **Temel Memnuniyet: "Konuşmacı/Eğitmen"** (4.56), **"Süre Yeterliliği"** (4.48) ve **"Tarih/Saat Uygunluğu"** (4.48) gibi temel kriterler oldukça yüksek puanlar almıştır.

Ankete katılan kişi sayısı: 24