Üniversite Kariyer Merkezlerinin Değerlendirilmesi, Tek Yerleşkeli ve Çok Yerleşkeli Üniversiteler İçin Alternatif Model Önerileri

Program Kodu: 1001

Proje No: 116R044

Proje Yürütücüsü:

Prof. Dr. Metin PİŞKİN

Araştırmacılar:

Prof. Dr. Nükhet Müge KART
Prof. Dr. Selahiddin ÖĞÜLMÜŞ
Dr. Öğr. Üyesi Özgür GÜLDÜ

Danışman:

Prof.Dr. Binnur YEŞİLYAPRAK

Bursiyerler:

Araş. Gör. Sedat GELİBOLU
Öğr. Gör. Merve ARSLAN

ŞUBAT 2019

ANKARA

ÖNSÖZ

Üniversiteler bir yükseköğretim kurumu olarak bilimsel araştırmaların yapıldığı, bilginin üretildiği, üretilen bilgilerin toplum yararına sunulduğu yükseköğretim kurumlarıdır. Bu işlevlerinin yanı sıra, üniversiteler aynı zamanda uzmanlık gerektiren mesleklerin de kazanıldığı kurumlardır. Meslek elemanı yetiştirme işlevi de birey açısından önemlidir. Ancak bireyler meslek edinme beklentisiyle üniversitelere yönelirken, üniversitelerin de öğrencilerine kendi kişilik ve yeteneklerine uygun iş ve mesleklere yönelmeleri konusunda yardımcı olmaları beklenmektedir. Mezunlarının kolaylıkla iş bulabilmesi ve istihdam edilebilir olması, üniversiteler için de performans göstergelerinden biridir. Bu nedenle üniversiteler kendi öğrencilerine ve mezunlarına hizmet sunabilmek amacıyla Üniversite yapısı içinde Kariyer Merkezleri kurmaktadırlar.

Batılı ülkelerde 100 yıla yaklaşan bir geçmişe sahip olmalarına karşın, Türkiye'deki üniversite kariyer merkezlerinin tarihi oldukça yenidir. Ülkemizde üniversitelerdeki ilk kariyer merkezlerinin 1990'lı yıllarda kurulmaya başlandığı göz önün alındığında, henüz bu merkezlerin yapısı ve işlevleri konusunda alınacak bir hayli mesafe olduğu anlaşılabilir.

Bu araştırma, Türkiye'deki devlet üniversitelerinde faaliyet yürüten tüm kariyer merkezlerinin mevcut durumunu gözden geçirerek elde edilecek bilgilerden hareketle hem tek yerleşkeli hem de çok yerleşkeli üniversiteler için kariyer merkezi modelleri geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla 20 devlet üniversitesindeki kariyer merkezi yöneticileri ve uzmanları ile yüzyüze görüşmeler gerçekleştirilmiş, seçilmiş bazı özel / vakıf üniversitelerinin merkezleri ziyaret edilmiş, yurt dışında da İsviçre'de Zürih Üniversitesi kariyer merkezi ziyaret edilerek incelemelerde bulunulmuş, elde edilen veriler 20 merkez temsilcisinin katıldığı bir çalıştay düzenlenerek tartışılmış, sonuçta bütün bunlardan yararlanılarak, Türkiye'deki üniversitelerde kurulabilecek kariyer merkezleri için model önerileri geliştirilmiştir. Bu araştırmada elde edilen bulguların ve geliştirilen modellerin, kendi merkezlerini kurmak isteyen veya mevcut kariyer merkezlerini revize etmek isteyen üniversitelerimiz için yararlı olması en büyük beklentimizdir.

Araştırmamıza katılarak değerli görüşlerini bizlerle paylaşan üniversite kariyer merkezlerinin yöneticilerine ve çalışanlarına teşekkür ederiz. Bu projeyi desteklemeye değer bularak bizi cesaretlendirdiği için TÜBİTAK 'a teşekkür ederiz. Bu destek olmasaydı bu araştırma bu kadar kısa bir sürede tamamlanamazdı.

Prof. Dr. Metin PİŞKİN

Proje Yürütücüsü

İÇİNDEKİLER **Sayfa**

ÖNSÖZ ..... **i**
İÇİNDEKİLER ..... **ii**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **vi**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **vii**
RESİMLER LİSTESİ ..... **ix**
ÖZET ..... **x**
ABSTRACT ..... **xi**

BÖLÜM 1. GİRİŞ **1**
1.1. Üniversite Kariyer Merkezlerinin Tarihçesi **5**
1.2. Üniversite Kariyer Merkezlerinin Yapısı **8**
1.3. Problem **10**
1.3.1. Üniversite Kariyer Merkezlerinde Mevcut Durum Nedir? 11
1.3.1.1. Genel Bilgiler 11
1.3.1.2. Kariyer Merkezinin Hedefleri 11
1.3.1.3. Öğrencilere Sunulan Hizmetler 11
1.3.1.4. Mezunlara Yönelik Hizmetler 11
1.3.1.5. Kariyer Merkezi İle Yerel İşgücü Piyasası İlişkileri 11
1.3.1.6. Yararlanıcıların Profili 11
1.3.1.7. Veri Tabanı 12
1.3.1.8. Eğitim ve Seminer Çalışmaları 12
1.3.1.9. Bireyi Tanıma Çalışmaları 12
1.3.1.10. Personelin Nitelik ve Nicelik Durumu 12
1.3.1.11. Merkezin Fiziksel Yapısı 12
1.3.1.12. Merkezde Bulunan Ekipmanlar 13
1.3.1.13. Tanınırlık Faaliyetleri 13
1.3.1.14. Finansal Konular 13
1.3.2. Tek Yerleşkeli ve Çok Yerleşkeli Üniversiteler İçin Geliştirilecek İki Ayrı Kariyer Merkezi Modelinin Yapısı ve Sahip Olması Gereken Özellikler Nelerdir? 13
1.4. Önem **14**

BÖLÜM 2. YÖNTEM **18**
2.1. Araştırma Modeli ve Deseni **18**
2.2. Araştırma Grubu **19**
2.3. Veri Toplama Araçları **22**
2.4. Verilerin Toplanması **22**
2.5. Verilerin Analizi **23**

BÖLÜM 3. BULGULAR VE YORUM 25
3.1. Merkezin Yapısı 25
3.1.1. Kariyer Merkezlerinin Adları 29
3.1.2. Kariyer Merkezlerinin Kuruluş Tarihleri 29
3.1.3. Kariyer Merkezlerinin Yapısı 29
3.1.4. Kariyer Merkezi Yönetmeliği 32
3.1.5. Kariyer Merkezlerinin İşbirliği Yaptığı Kişiler ve Kuruluşlar 32
3.1.6. Kariyer Merkezlerinin Kuruluş Süreci 34
3.1.7. Merkezin Kuruluş Gerekçesi 35
3.1.8. Kuruluş Aşamasında Örnek / Model Alınan Üniversite 37
3.1.9. Üst Yönetimin Desteği 39
3.1.10. Karşılaşılan Güçlükler 40
3.2. Merkezin Kısa ve Uzun Dönemli Hedefleri ve Beklentileri Karşılama Düzeyi ... 41
3.3. Merkezin Güçlü ve Zayıf Yanları 46
3.3.1. Merkezlerin Güçlü Yanları 46
3.3.2. Merkezleri Zayıf Yanları 52
3.4. Personelin Nicelik ve Nitelik Durumu 58
3.5. Merkezlerin Fiziksel Yapısı, Donanımı ve Bilgi Kaynakları 62
3.5.1. Kariyer Merkezlerinin Mekânı 63
3.5.2. Mekânların Büyüklüğü, Uygunluğu ve Konumu 64
3.5.3. Donanım 69
3.5.4. Bilgi Kaynakları (Meslek Rehberi, Kitap, Broşür, vb.) 69
3.5.5. Test ya da Envanterler 70
3.6. Tanınırlık Faaliyetleri 72
3.6.1. Faaliyetlerin Duyurulması 73
3.6.2. Kayıt Haftasında Yapılan Tanıtım Faaliyetleri 81
3.6.3. Akademik Birimlerde Gerçekleştirilen Tanınırlık Faaliyetleri 82
3.6.4. Merkezin Tanınırlık Faaliyetlerinde Afiş, Broşür gibi Basılı Materyallerin Kullanılması 84
3.6.5. Öğrencilere Kariyer Merkezini Tanıtmaya Yönelik Sunumlar 84
3.6.6. Üniversite Tercih Günlerinde Kariyer Merkezinin Tanıtımı 85
3.6.7. Yarışmalar Düzenlemek 87
3.6.8. Kariyer Merkezinin Faaliyetlerinin Duyurulma Yöntemleri 87
3.7. Finansal Konular 90
3.7.1. Bütçe 90
3.7.2. Harcama Kalemleri 94
3.7.3. Finansal Sorunlar İçin Başvurulan Çözüm Yolları 97
3.8. Öğrencilere Yönelik Faaliyet Türleri, Hizmetlerin Planlanması ve Sunulması .. 100
3.8.1. Bireysel Görüşme 100
3.8.2. Kariyer Merkezinde Kullanılan Bireyi Tanıma Teknikleri ve Araç-Gereçler 104
3.8.3. Merkezlerde Kullanılan Test ve Envanterlerin Elde Edime Biçimi 104
3.8.4. Eğitim, Seminer, Konferans Düzenleme 108
3.8.4.1. Eğitim Verilen Konular 108
3.8.4.2. Eğitim Düzenleme Sıklığı 111
3.8.4.3. Eğitimlerin Belirlenme Kriterleri 111
3.8.4.4. Eğitim Konularının Güncellenmesi 114

3.8.4.5. Eğitimleri Kimin Verdiği 114
3.8.4.6. Katılımcılara Belge Düzenleme Durumu (Sertifika, Katılım Belgesi, vb.) 116
3.9. İstihdam Becerilerini Artırmaya Yönelik Faaliyetler 117
3.9.1. İş Arama Yöntemleri, CV Yazma ve Mülakat Teknikleri Konusunda Bilgilendirme 118
3.9.2. Kariyer Günleri, Fuarlar, Mezunlarla Buluşma Toplantıları Başarılı İş ve meslek Elemanlarıyla Buluşma Toplantıları 121
3.9.3. Lisansüstü Eğitimler hakkında Bilgilendirme 125
3.10. e-Kariyer Etkinlikleri 127
3.11. Kariyer Dışı Nedenlerle Merkeze Başvuran Danışanlara Yaklaşım 127
3.12. Mezunlarla İlişkiler 129
3.12.1. Mezun – Öğrenci Etkileşimine Yönelik Faaliyetler 129
3.12.2. Mezunlar Derneği İle İlişkiler 136
3.12.3. BÜMED (KM-4) 138
3.12.4 DEUDER (KM-6) 140
3.13. Faaliyetleri Planlama Yöntemi 142
3.14. Faaliyetlerde Karşılaşılan Güçlükler 147
3.15. Kariyer Merkezinde Sunulan Hizmetlerden Yararlananlar 155
3.16. Kariyer Merkezlerinin İşbirliği Yaptığı Kişiler ve Kuruluşlar 163

BÖLÜM 4: Tek Yerleşkeli ve Çok Yerleşkeli Üniversiteler İçin Kariyer Merkezi Modeli 170

4.1. Giriş 170
4.2. Tek Yerleşkeli Üniversiteler İçin Kariyer Merkezi Modeli 177
4.2.1. Merkezin Vizyon, Misyon ve Değerleri 177
4.2.1.1. Vizyon İfadelerine Örnekler 177
4.2.1.2. Misyon İfadelerine Örnekler 178
4.2.1.3. Kariyer Merkezinin Değerleri 180
4.2.2. Organizasyon Şeması 182
4.2.3. Merkezin Yeri ve Fiziksel Yapısı 187
4.2.3.1. Merkezin Yeri 187
4.2.3.2. Ofis Tasarımı 189
4.2.4. Kaynak ve Ekipmanlar 190
4.2.4.1. Temel Donanımlar 190
4.2.4.2. Kaynak ve Materyaller 190
4.2.4.3. Bireyi Tanımada Kullanılan Test ve Envanterlerin Dosyalama Prosedürleri 192
4.2.4.4. Kariyer Danışmanlığında Kullanılabilecek Test ve Envanterler 194
4.2.4.5. Kariyer Danışmanlarının Ölçme ve Değerlendirme Yeterlikleri 195
4.2.5. Personel 197
4.2.5.1. Personelin Niteliği 197
4.2.5.2. Kariyer Merkezi Müdürü 198
4.2.5.3. Danışma Kurulu 198
4.2.5.4. Kariyer Danışmanlarının Yeterlikleri ve Performans Göstergeleri 201
4.2.6. Kariyer Merkezi Tarafından Sunulabilecek Hizmetler 207
4.2.7. Hizmetlerin Planlanması, Sunulması, Değerlendirilmesi ve Raporlaştırılması 221
4.2.8. Merkezin Paydaşları 225
4.2.9. Tanınırlık Faaliyetleri 231

4.2.10. Finansal Konular 237
4.3. Çok Yerleşkeli Üniversiteler İçin Kariyer Merkezi Modeli 240
4.3.1. Model 241
4.3.2. Yerleşkelerde İrtibat Ofisi 242
4.3.2.1. Gezici Kariyer Danışmanlığı 243
4.3.2.2. Etkinlik Koordinasyonu 243
4.3.2.3. Kariyer Stüdyosu 243
4.3.3. Sanal Kariyer Merkezi 244
4.3.3.1. Video Konferans 245
4.3.3.2. Web Sayfası Video Kaydı Bölümleri 246
4.3.3.3. Web Sayfasında İnteraktif Olan/Olmayan Dokumanlar 248
4.3.3.4. Kariyer Geliştirme Amaçlı Kısa Filmler 249

KAYNAKÇA 252

EKLER 258

EK-1 Türkiye'deki Vakıf Üniversitelerindeki Kariyer Merkezlerinin Değerlendirilmesi 258
EK-2 Zürih Üniversitesi Kariyer Merkezinin Değerlendirilmesi 278
EK-3 Tek ve Çok Yerleşkeli Devlet Üniversiteleri İçin Kariyer Merkezi Model Arayışı Çalıştay Raporu 298
EK-4 Yönetici Görüşme Soru Formu 316
EK-5 Kariyer Merkezi Personeli Görüşme Soru Formu 317
EK-6 Ankara Üniversitesi Kariyer Merkezi Görüşme Formu 319

TÜBİTAK PROJE ÖZET BİLGİ FORMU 321

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. Kariyer merkezi çalışanlarının unvana ve cinsiyete göre frekans ve yüzde dağılımları ……. ……..... **22**

Tablo 2. Üniversite kariyer merkezlerinin adı ve kuruluş tarihleri …… **27**

Tablo 3. Finansal sorunlar: harcama kalemleri …… **95**

Tablo 4. Finansal sorunlara çare olan etkinlikler …… **99**

Tablo 5. Düzenlenen eğitim konuları …… **110**

Tablo 6. Eğitim konularını belirleme yöntemleri …… **113**

Tablo 7. Eğiticilere ilişkin bilgiler ……..... **115**

Tablo 8. Öğrenciler için istihdam becerileri konusunda faaliyet yürüten üniversiteler …. **118**

Tablo 9. Öğrencilerine açık işler ve işgücü piyasası hakkında bilgiler veren üniversiteler …… **120**

Tablo 10. Merkezin hangi faaliyetleri yapacağına nasıl karar verildiğine ilişkin görüşler …… **143**

Tablo 11. Yıllık faaliyet raporunun hazırlanması ve sunulduğu birime ilişkin görüşler …. **145**

Tablo 12. Memnuniyet anketi uygulanmasına ilişkin görüşler ……..... **146**

Tablo 13. Merkeze başvuran öğrenci sayısına ilişkin görüşler ……... **156**

Tablo 14. Merkeze başvuranların kayıtlarının tutulmasına ilişkin görüşler …… **158**

Tablo 15. Zürih Üniversitesi: iyi uygulama örnekleri …….. **217**

Tablo 16. Bahçeşehir Üniversitesi: iyi uygulama örnekleri …… **218**

Tablo 17. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi: iyi uygulama örnekleri …….. **218**

Tablo 18. Bilkent Üniversitesi: iyi uygulama örnekleri …… **219**

Tablo 19. Sabancı Üniversitesi: iyi uygulama örnekleri ……. **220**

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1. Araştırmada kullanılan “durum çalışması deseni” …… **19**

Şekil 2. Araştırma çalışma grubu ……... **20**

Şekil 3. Nitel araştırma veri analiz aşamaları ……... **23**

Şekil 4. Kariyer merkezlerinin güçlü yanları …… **52**

Şekil 5. Kariyer merkezlerinin zayıf yanları ……..… **58**

Şekil 6. Merkez çalışanlarının öğrenim gördüğü alanlar …… **60**

Şekil 7. Merkez çalışanlarının öğrenim düzeyi …… **61**

Şekil 8. Tanınırlık faaliyetleri ve hedef kitleler ……..... **73**

Şekil 9. Tanınırlık faaliyetleri için araç ve mekanizmalar …… **74**

Şekil 10. Mezunlar için yapılan etkinlikler ……. **131**

Şekil 11. Mezun-öğrenci etkileşimine yönelik faaliyetler …… **135**

Şekil 12. Kariyer merkezi ile mezunlar derneği arasındaki etkileşimin doğası ……... **139**

Şekil 13. Kariyer merkezi-mezunlar derneği işbirliği süreçleri ……...… **141**

Şekil 14. Faaliyetlerde karşılaşılan güçlükler ……... **147**

Şekil 15. Bütçe olmaması nedeniyle karşılaşılan sorunlar …… **149**

Şekil 16. Modelin temel bileşenleri …… **175**

Şekil 17. Merkez modeli için üç sacayağı …… **176**

Şekil 18. Kariyer merkezi organizasyon şeması ……..... **186**

Şekil 19. Kariyer danışmanlığında ölçme araçlarının türü …… **193**

Şekil 20. Merkez iç yapısı …… **199**

Şekil 21. Stanford Üniversitesi personel görev dağılımı …… **200**

Şekil 22. Bireysel kariyer gelişimi için üç kritik soru ……... **207**

Şekil 23. Geleneksel kariyer etkinlikleri …… **208**

Şekil 24. Endüstri 4.0 ve geleceğin kariyer etkinlikleri …… **209**

Şekil 25. Kariyer merkezleri tarafından sunulabilecek temel hizmetler …… **210**

Şekil 26. Model içeriği: temel bileşenler …… **211**

Şekil 27. Eğitim planlama için veri kaynakları ……..... **213**

Şekil 28. Eğitimler için kaynak eğitmen profili …….. **214**

Şekil 29. Kariyer merkezleri için olası kariyer etkinlikleri …… **215**

Şekil 30. İlgi çeken kariyer etkinlikleri alternatifleri …….. **216**

Şekil 31. Sunulan hizmetlerin planlanmasında kullanılabilecek yöntemler ……..… **223**

Şekil 32. Kariyer merkezlerinin sundukları hizmetler sonrası etkinlikleri …… **224**

Şekil 33. Merkezin olası paydaşları ……... **225**

Şekil 34. Mezun-öğrenci etkileşim örnekleri ……. **229**

Şekil 35. Tanınırlık sağlama araçları ……. **231**

Şekil 36. Kariyer Merkezi harcama kalemleri ……... **237**

Şekil 37. Merkez için temel kaynak yaratma araçları …… **239**

Şekil 38. Çok yerleşkeli üniversiteler için kariyer merkezi işleyiş modeli ……. **242**

Şekil 39. İş bulmak=Everest'e tırmanmak …… **250**

RESİMLER LİSTESİ

Sayfa

Resim 1. Randevu talebi giriş ekranı önerisi …… **233**

Resim 2. Stanford Üniversitesi kariyer merkezi web sayfası görünümü ……..... **233**

Resim 3. Zürih UZH Üniversitesi kariyer merkezi web sayfası görünümü …….. **234**

Resim 4. Quinn Mary Üniversitesi kariyer merkezi web sayfası görünümü …… **234**

Resim 5. Harvard Üniversitesi Kariyer Ofisi Web Sayfası …….. **235**

Resim 6. Harvard Üniversitesi kariyer ofisi etkinlik takvimi …… **235**

Resim 7. Harvard Üniversitesi kariyer ofisi etkinlik tanıtım yazısı ……. **236**

Resim 8. Boise Devlet Üniversitesi web sayfası: sanal kariyer merkezi ana sayfası ……. **245**

Resim 9. Video konferans oturumu …… **246**

Resim 10. UZH web sayfası: video kayıtları …… **247**

Resim 11. CV Sihirbazı akış şeması örneği …… **248**

Resim 12. Kısa film örneği-1 …… **249**

Resim 13. Kısa film örneği-2 …… **249**

Resim 14. Kaplan Üniversitesi gamification örneği …… **251**

ÖZET

Bu çalışmanın birinci amacı Türkiye'de devlet üniversitelerinde bulunan kariyer merkezlerinin güçlü ve zayıf yönlerinin değerlendirilmesi, ikinci amacı ise mevcut durum analizinden yol çıkılarak biri tek yerleşkeli, diğeri çok yerleşkeli üniversiteler için iki ayrı kariyer merkezi modeli geliştirmektir.

Araştırmanın birinci amacını gerçekleştirmek için bünyesinde kariyer merkezi bulunan tüm üniversiteler (20 üniversite) ziyaret edilerek hem kariyer merkezi yöneticileri hem de bu merkezlerde çalışan personel ile görüşülmüştür. Toplam 53 yönetici ve personel ile yüz yüze gerçekleştirilen görüşmeler, izin alınarak ses kayıt cihazlarına kaydedilmiş, ayrıca kariyer merkezlerinin bulunduğu fiziksel mekânın ve kullanılan ekipmanların fotoğrafları da çekilmiştir. Nitel veri analizi tekniklerinden içerik analizi yönteminin kullanıldığı bu çalışmada Türkiye'deki kariyer merkezlerinin çoğunun son on yılda açıldığı, isimlerinin farklı farklı olduğu, on binlerce öğrencisi olan bu üniversitelerin kariyer merkezlerinin neredeyse tamamında sadece bir veya iki personelin bulunduğu, üstelik bu personelin kariyer danışmanlığı alanında eğitim almadığı gözlenmiştir. Ayrıca kariyer hizmetlerinin uygun olmayan mekanlarda gerçekleştirildiği, bireysel kariyer danışmanlığı hizmetlerinin çok az üniversitede sunulduğu, bireyi tanıma amacıyla kullanılan test tekniklerinin son derece sınırlı olduğu, kariyer merkezlerinin öğrenciler tarafından yeterince tanınmadığı, web sitelerinin güncellenmediği belirlenmiştir.

Türkiye'de devlet üniversitelerindeki kariyer merkezlerinin etkin hizmet sunamadığı, pek çok üniversitede ise kariyer merkezinin henüz kurulmadığı dikkate alındığında, Türkiye'deki devlet üniversitelerinin yapı ve koşullarına uygun kariyer merkezi modelleri geliştirmenin önemi açıktır. Bu nedenle bu çalışma kapsamında tek ve çok yerleşkeli üniversiteler için iki ayrı model geliştirilmiş, bu modellerin her birine özgü bileşenlerin açıklandığı bir kılavuz dokuman hazırlanmıştır. Bu dokümanın gerek kendisini geliştirmek isteyen gerekse henüz kariyer merkezi açmamış üniversitelere yardımcı olması umulmaktadır.

Anahtar kelimeler: Kariyer merkezi, üniversiteler, kariyer merkezi modeli

ABSTRACT

There are two main objectives of this study. The first objective is to assess the strengths and weaknesses of the state university career centers in Turkey. The second objective is to develop two separate career center models for single and for multi-campus universities.

In order to realize the first objective, 20 universities with a career center were visited and interviews were made with both career center managers and staff working in these centers. A total of 53 managers and staff were interviewed face to face. These interviews were recorded on audio recording devices. In addition, photographs of the places of the career centers and the equipment they used were also taken. Qualitative data analysis techniques of content analysis method used in order to analyze data.

The findings show that, most of the career centers in Turkish state universities have been opened in the last decade. In most centers, there are only one or two staff, and these staff are not trained in the field of career counseling. In addition, it was observed that career services were offered in insufficient premises, individual career counseling services were offered in very few universities, test techniques were used rarely, students were not sufficiently aware of the existence of career centers.

Since career centers of state universities in Turkey do not provide effective services and while many universities has not established yet their career center, it is very important to develop appropriate career center models for Turkish state universities. For this reason, two different models were developed for single and multi-campus universities and a guideline was prepared for each component of these models. It is hoped that this document will help universities that want to advance their services and have not yet opened a career center.

Keywords: Career centres, Turkish universities, career centre models

BÖLÜM 1

GİRİŞ

Üniversiteler profesyonel mesleklerin kazanıldığı yükseköğretim kurumlarıdır. Bu kurumlar, profesyonel mesleklerde mezuniyet sonrası uzmanlık eğitimi vererek de bireysel kariyerin biçimlenmesinde söz sahibi olmaktadırlar. Bu durum, üniversitelere önemli sorumluluklar yüklemektedir. Bu sorumluluk ve hassasiyetin, öğretim süresi boyunca genç mezunların işgücü piyasasında doğru işlere yönlendirilmesi konusunda da gösterilmesi gerektiği uzun zamandan beri bilinmektedir. Nitekim üniversiteler bu alanda yetkinliklerini sürekli geliştirerek kendilerine yönelen talebi artırmaya çalışmaktadırlar. Üniversitelerin bu alandaki başarısında öğrencilerine bilgi ve beceri kazandıran akademik birimleri kadar, "üniversite kariyer merkezlerinin" sunduğu etkili rehberlik hizmetinin de rolü vardır.

Kariyer merkezleri, gençlerin yetişkinliğe geçiş aşamasında ve işe başlama süreçlerinde kendilerine yardımcı olmak amacıyla bilgi ve hizmet sunan merkezlerdir (Schutt Jr., 2008). Kariyer merkezlerinin rolü bireylerin kariyer planlarını oluşturmalarında ve uygulamalarında onlara yardımcı olmaktır. Bireylerin kariyer gelişimi sürecinde motivasyonlarını yükseltmek ve proaktif bireyler olmalarına yardımcı olmak da merkezlerin görevleri arasındadır (Niles, 2002).

Kariyer gelişimi kavramı; kariyer planı oluşturma, seçeneklerden birine karar verme, kariyer ile ilgili yaşam rollerini bütünleştirme, ilgi, yetenek, mesleki değer gibi bireysel farklılıkları ortaya çıkarma gibi süreçleri kapsayan ve yaşam boyu devam eden bir süreç olarak tanımlamaktadır (Herr ve Cramer, 1996). Kariyer gelişimi kuramcılarından Super'a (1990) göre yaşam boyu devam eden kariyer gelişimi, yaşam boyu bireylerin farklı gelişim alanlarını farklı biçimlerde ve düzeylerde etkiler. Kariyer gelişimiyle ilgili yaşanan sorunlar, bireylerin yaşamlarının herhangi bir döneminde ortaya çıkabilir.

Kariyer merkezlerinin karşılaştığı en önemli sorunlardan biri kariyer gelişim sürecini açıklamaktır. Kariyer gelişimi kavramı, kişinin benlik, kariyer kimliği, kariyer olgunluğu ve plan yapabilme becerisini geliştirdiği süreç olarak tanımlanmaktadır. Kariyer gelişimi genellikle bireylerin çalışma dünyası ve bu dünya içindeki rollerini anlamaya çalıştığı yaşam boyu bir süreç olarak da bilinmektedir. Kariyer gelişiminin sadece iş bulma süreci olarak sınırlandırılması kariyer merkezlerine işin gerektirdiği özellikler ile bireylerin yetenekleri arasındaki uyuma göre seçim yapma görevini yüklemekte, ancak yaşam rolleri, öğrenme ve

kariyer gelişiminde bireylerin sorumluluklarının göz ardı edilmesine neden olmaktadır (Schutt Jr., 2008).

Üniversite öğrencileri ya da yeni mezunların, önlerindeki fırsatların, seçeneklerin ve sonuçların farkına varmaları, kariyerleri ile ilgili hedefleri belirlemeleri ve bu kariyer hedeflerine ulaşmalarında yön tespiti ve zaman planlaması yapmaları bireysel kariyer planlaması olarak tanımlanmaktadır (Aytemiz ve Özdemir, 2005). Bu bağlamda öğrenci ya da mezun şu anda kariyerinin neresinde olduğunu öğrenebilmeli, gelecek için plan yapmalı ve kariyeri ile şu anda içinde bulunduğu mevcut durumun ve kaynakların uyuşup uyuşmadığını değerlendirebilmelidir (Tunçer, 2012). Bireysel düzeyde kariyer gelişim süreci temelde "Ben kimim?", "Nereye gidiyorum?", "İstediğim yere nasıl ulaşırım?" sorularının toplamından oluşur. "Ben kimim?" sorusu sorularak bireyin karakteristik özellikleri süreçte incelenmeye çalışılır. "Nereye gidiyorum?" sorusu ise kariyer bilgisi, piyasa bilgisi, kariyer araştırması, kısa ve uzun vadeli amaçlar gibi gidilecek yere ilişkin bilgileri bilgileri ortaya çıkarır. Bu iki öğe birleşir ve ileriye dönük olarak "İstediğim yere nasıl ulaşırım?" sorusunun yanıtı olacak eylem planı ögesini oluşturur (Schutt Jr., 2008). Ergenlikten yeni çıkmış genç bir insanın tüm bunları yalnız başına yapabilmesi oldukça zordur.

Gençlerin kariyer planlama ihtiyaçlarının farkında olan yükseköğretim kurumları da bünyelerinde kariyer merkezleri kurmak suretiyle mezun ve/veya öğrencilere çeşitli hizmetler sunmaktadır. Üniversite Kariyer Merkezlerinin ana amacı da üniversite öğrencilerinin kendi bilgi, beceri, ilgi ve değerlerine uygun işe yerleşmelerine yardımcı olmaktır (Erdoğmuş, 2001). Gençlerin geleceğe hazırlanmalarına yardımcı olmak, onlara rehberlik etmek, bilgileri dahilinde onları yönlendirmek ve önlerindeki kariyer fırsatlarını görmelerini sağlayarak iş bulma konusunda onlara ışık tutmak amacıyla kurulmuş olan kariyer merkezleri, bu amaçlarını gerçekleştirmek için çeşitli bilgi bankaları oluşturmakta, seminer, paneller düzenlemekte ve özgeçmiş, ön mektup yazma gibi eğitimler vermektedirler.

Üniversite kariyer merkezleri, en önemli faydalanıcıları olan üniversite öğrencilerinin ihtiyaçları ve yaşadıkları sorunlar hakkında bilgi toplar ve bu bilgiyi de merkezin faaliyetlerini planlamada veri olarak kullanır. Mauer ve Gysbers'e (1990) göre, üniversite öğrencileri kariyer konusunda şu sorunları yaşamaktadırlar:

> ***Kaygı:*** Bir kariyer hakkında kararsızlık ve meslekleri tanıma bakımından akıl karışıklığı yaşamaları.
>
> ***Güven:*** Seçtikleri meslek hakkında kararsızlık.

Benlik-Değerlendirmesi: Güçlü ve zayıf yönlerini bilememeleri.

Meslek Bilgisi: İşi ve işi yapma sürecinde nelerle meşgul olacakları konusunda bilgi eksikliği.

Öğrencilerin yaşadıkları bu sorunlara ve öncelikli ihtiyaçlarına çözüm bulmak için kariyer merkezlerinin bazı faaliyetlere yoğunlaşması gerekebilmektedir. Amerikan Ulusal Kariyer Gelişimi Derneği'ne göre, kariyer merkezleri aşağıdaki hizmetleri sağlayarak gençlerin ve yetişkinlerin bu yöndeki ihtiyaçlarını karşılayabilmelidir (Schutt Jr., 2008):

- Yaşam boyu kariyer gelişimi ile ilişkili olarak çeşitli ölçme araçları vasıtasıyla kapsamlı bir öz-değerlendirme fırsatı sunma.
- Yerel, bölgesel ve ulusal veri kaynaklarını kullanarak çeşitli meslekler, eğitim ve kurs olanaklarına ilişkin kapsamlı bilgi sunma.
- Alan uzmanları tarafından sunulan kariyer danışmanlığı hizmeti sunma.
- İş arama, işe başvurma, kariyer kararı verme, mesleki değerlerini netleştirme gibi becerilerin kazanılması için eğitim/seminer faaliyetleri düzenleme.
- İşe yerleştirme ve izleme hizmetleri sunma.

Ayrıca yukarıda sıralanan bu beş hizmetin her biri birbirinden bağımsız olarak değil bir sürecin parçası olarak bir bütün halinde sunulmalıdır.

Rayman (1999) öğrencilerle profesyonel iş dünyası temsilcileri arasındaki köprüyü kurmada üniversite kariyer merkezlerinin oldukça önemli rolü ve sorumluluğu olduğuna dikkat çekmiştir. Kariyer planlama ve danışmanlık hizmetlerini sunma, işe yerleştirme, kariyer programlama, bilgi desteği sunma, iletişim ve bağlantı desteği verme, mesleki gelişim, eğitim ve değerlendirme hizmetleri bunlar arasında sayılabilir.

Buna göre üniversite kariyer merkezleri hem bugün hem de geleceğe dair bilinmezlerle mücadele eden genç meslek adaylarına bireysel psikolojik profillerine, ilgilerine, becerilerine ve işgücü piyasasının gereklerine göre uygun bir kariyer seçme sürecinde danışmanlık hizmeti vermelidir. Liţoiu (2009) ise üniversite kariyer merkezlerinin yerine getirmesi beklenen temel işlevleri aşağıdaki biçimde özetlemiştir:

1. İşgücü piyasasındaki eğilimleri tanıtan seminerler düzenlemek.
2. Öğrencileri iş fırsatlarından haberdar etmek.
3. Olası işverenlerle öğrencileri tanıştırmak.
4. Öğrencilerin iş taleplerini ve işgücü piyasasında sunulan iş tekliflerini içeren bir veri tabanı kurmak.
5. İstihdam öncesi tecrübe sağlayacak uzmanlık alanlarına uygun akademik projeler yazdırmak ve uygulamak.
6. Benzer kurumlarla (ulusal-uluslararası) ve profesyonel firmalarla işbirliği yaparak meslek eğitimi konusunda eğitimler sunmak.
7. Öğrencilerle işverenler arasındaki iletişimi kolaylaştırarak en uygun iş ve işçi uyumunu sağlamalarına yardım etmek.
8. Öğrencilerin yetenek, beceri, ilgi, deneyim, meslek değeri ve kişilik özelliklerini belirleyerek, bu faktörlerin bireyin kariyer kararları üzerindeki etkilerini özümsetmek.
9. Öğrencilere maddi kaynakları yönetebilme becerilerini öğretmek (girişimcilik).
10. Bireysel motivasyon ve özlemlerin zamanla nasıl değişebileceğini betimlemek.
11. Nihai kariyer hedeflerine erişebilmek için gereken eğitim yollarını (rotasını) kısa ve uzun dönemli olarak betimlemek.
12. Öğrencilere işverenler, örgüt yapıları, işveren beklentileri hakkında bilgi vermek.
13. Öğrencilere Özgeçmiş (CV) hazırlama ve iş başvurusunda bulunma, başarılı bir iş mülakatına katılma konularında bilgi vermek.
14. Toplumun gereksinimlerinin meslek (iş) arz ve talebini nasıl etkilediğini betimlemek.
15. İstihdam olasılığını arttıracak mesleki ve teknik eğilimleri betimlemek.

Bütün bu işlevlerin yerine getirilebilmesi sistemli ve sürekli bir çalışma yapmayı gerektirir. Bu da bireysel bir çaba ile değil, ancak sistemli ve koordineli çalışan personellerden oluşan kurumsal bir merkez ile ancak başarılabilir.

Küresel dünyanın yarattığı ekonomik krizler ve üniversite mezunlarında artan işsizlik oranları, pek çok ülkede, öğrencilerin "okuldan işe transfer olma" ve "öğrencilikten iş elemanlığına geçiş" sürecini kolaylaştıracak devlet politikalarının geliştirilmesine yol açmaktadır (Yeşilyaprak, 2012). Üniversite öğrencilerinin işe yerleşme tercihlerini bilinçli yapabilmeleri ve böylece iş hayatlarındaki iş tatmini ve verimliliğin artması adına hem öğrencilerin hem de işletmelerin kazançlı çıkması için hizmet verecek bir merkeze ihtiyaç duyulmuştur. Bu ihtiyacı hisseden üniversite yönetimleri ve Yükseköğretim Kurulunun (YÖK) uygulamayı önerdiği çözümlerden biri de üniversite kariyer merkezlerinin kurulmasıdır (Erdoğmuş, 2001). Bu bağlamda ülkemizde de kariyer merkezlerinin açılması, Yükseköğretim Kurulu tarafından desteklenmiş ve 12 Haziran 2013 tarihinde Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'nın ev sahipliğinde bir toplantı gerçekleştirilerek bu konu tartışılmıştır. Kariyer merkezi yöneticileri ve sorumlularının katıldığı bu toplantıda, üniversitelerdeki kariyer merkezlerinin yaptığı örnek uygulamaların paylaşılması, bu konuda üniversitelerde duyarlılığın ve farkındalığın artırılması amaçlanmıştır. Bu toplantıda o dönemin Yükseköğretim Kurulu Başkanı Sayın Prof. Dr. Gökhan Çetinsaya üniversite kariyer merkezlerinin önemini aşağıdaki şekilde vurgulamıştır (http://usem.uskudar.edu.tr/yok-kariyer-merkezleri-toplantisina-katildik):

> *"Temennimiz bu kariyer merkezlerinin en kısa zamanda mevzuat altyapısına da kavuşarak olmazsa olmaz kurumlarından biri haline gelmesidir. Kariyer merkezleri açısından istihdam meselesi önemlidir. Öğrencilerin istihdam imkânlarını artırmak için henüz mezun olmadan staj ve benzeri uygulamalarla istihdam imkân ve fırsatlarının geliştirilmesi, yine kariyer merkezlerinin gündemlerinin başında geliyor."*

Türkiye'de yakın zamanda ihtiyacı ciddi biçimde hissedilen kariyer merkezlerinin kuruluşu yurtdışındaki örneklere bakıldığında çok daha yakın dönemlere denk gelmektedir. Tarihsel süreç bakımından incelendiğinde, ülkemizdeki üniversitelerde sunulan kariyer hizmetlerinin durumu hakkında kıyaslamalar yapmak mümkün olabilecektir.

1.1 Üniversite Kariyer Merkezlerinin Tarihçesi

Üniversite kariyer merkezleri, öğrencilerin mesleki gelişim gereksinimlerini karşılamak üzere kurulan ve genellikle dört temel hizmeti (kariyer danışmanlığı hizmeti, eğitim, seminer ve çalıştaylarla bilgi sunma, iş ve staj fırsatları ile mezunlar ya da diğer meslek elemanlarıyla

bağlantı kurma oturumları) üstlenen görece yeni bir yapılanmayı temsil etmektedir (Schaub, 2012). Bilinen ilk kariyer merkezi ofisi 1913 yılında Evanston, Illinois'te bulunan Northwestern Üniversitesinde kurulmuştur. Açılışının ilk on yılında bu kariyer merkezinin hizmeti sadece mezunlarını işe yerleştirmekten ibaret kalmış; öğrencilere yönelik herhangi bir faaliyet göstermemiştir (Boettcher, 2009). O dönemde geliştirilmiş ilk kariyer kuramları olan Özellik-Faktör Uyumlu kuramların temel varsayımları ve hedef kitlesi (Bacanlı, 2011) göz önünde bulundurulduğunda kariyer danışmanlığı hizmetinin işe yerleştirme sürecinden ibaret olarak ele alınması dönemin şartları açısından anlaşılır bir durum olarak görülebilir. Castella (1990) da üniversite kariyer merkezlerinin 1940'lı ve 1950'li yıllarda, "Yerleştirme Paradigması" bağlamında kurulduğunu ve çok sayıda öğrenciyi mezuniyetlerini takiben işlerle buluşturmayı hedeflediğini ifade etmektedir. Dey ve Real (2010) bu yerleştirme paradigmasının çoğunlukla "istihdam hizmeti sunma" bileşenini içerdiğini belirtmektedir. Bu paradigmaya göre öğrenciler iş, işverenler işçi talep etmektedirler; merkez de bu sürece aracılık etmektedir. Bu dönemde kariyer merkezleri tepkisel (reactive) bir pozisyondadır ve daha çok "İşe Yerleştirme Merkezi" (Placement Center) olarak nitelendirilebilirler.

1960'lardan 1980'lere kadar olan dönemde "Planlama Paradigması" egemen hale gelmiştir ve bu paradigmada kariyer merkezleri öğrencilere iş arama becerilerini ve stratejilerini öğretmeye odaklanarak hem şimdiki hem de gelecekteki kariyer hedeflerine erişmelerine yardımcı olmaya çalışmışlardır. Böylece üniversite bünyesindeki kariyer hizmetleri "istihdam hizmeti" olmaktan "danışmanlık" modeline dönüşmüştür. Kariyer merkezi uzmanları, öğrencilere kişiliklerini, ilgilerini, değerlerini, becerilerini hesaba katarak iş aramaları gerektiği konusunda danışmanlık hizmeti sunmaya başlamıştır. Diğer bir deyişle, işe yerleştirmeyi odağına alan anlayış, eğitim ve kariyer geliştirmeye doğru değişmiştir (Schaub, 2012). 1970'li yıllar Amerikan üniversitelerinde öğrenci alabilmek için "rekabetin" de kızıştığı yıllardır ve o nedenle kariyer merkezlerinin mezunlarını sadece işe değil, iyi kazandıran ve bireysel kariyer planına uygun işe yerleştirme kapasitesini güçlendirici faaliyetlere yönelmesine yol açmıştır. Bu dönemdeki birincil amacın bir önceki dönemden farklı olarak beceri gelişimi olduğu ve verilen hizmetin iş bulma ile sınırlı olmaktan çıkarak danışmanlık hizmetlerine doğru evrildiği görülmektedir. Önceki yıllarda yerleştirme merkezi olarak adlandırılan merkezler bu yıllarda "Kariyer Geliştirme Merkezi" olarak nitelendirilmeye başlanmıştır. Dey ve Real, 2010). Nitekim 1951'de Ginzberg ve arkadaşlarının, 1953'te ise Super'ın gelişimsel kariyer kuramlarını kariyer danışmanlığı alanına kazandırmasıyla gelişimsel yaklaşımların ön plana çıkmaya başladığı dönemin (Siyez, 2011) kariyer merkezlerinin kuramsal yönelimlerini de paralel biçimde etkilediğini söylemek mümkündür. Bu nedenle 1940'lı ve 1950'li yıllardaki özellik-faktör

yaklaşımı temelli yönelim, 1960'lardan itibaren yerini gelişimsel yaklaşımlara bırakmaya başlamıştır (Dey ve Real, 2010).

Castella'ya (1990) göre, 1990'lar, "Networking Paradigmasını" getirmiştir ve bu paradigma öğrencilere işverenlerle ağ üzerinden bağlantı kurma avantajlarından yararlanmayı öğretmeyi içermektedir. Kariyer Merkezi uzmanları, kariyer fuarları ve mezun toplantıları düzenleyerek, öğrenci ve işverenlerin bu organizasyonlara katılımını kolaylaştırmaktadırlar. Öte yandan merkezler eski paradigmalara uygun hizmetleri de sunmaya devam etmektedirler. 2000'lerde "Sosyal Networking Paradigması" ortaya çıkmıştır. Hem geleneksel hem de internet üzerinden sosyal ağ kurma fırsatları arasında etkileşim öngören bu paradigma ileri teknolojik araçlar ile global bir forum üzerinde oluşan stratejileri içermektedir. Dey ve Real (2010) bu dönemdeki kariyer merkezlerinin karmaşık kariyer hizmetleri menüsü sunan (danışmanlık, kredili ders önerileri, kariyer fuarları, online kütüphane, yerleşkede iş fırsatı vb.) merkezlere dönüştüğünü belirtmektedir. Hakikaten bugünün üniversite kariyer merkezlerinde teknolojinin rolü çok büyüktür. Kariyer Merkezi, online işler ve stajlar için veri tabanı oluşturma, danışmanlık oturumlarını e-mail ve Skype aracılığıyla sunma, telekonferanslar aracılığıyla öğrencilerin işverenlerle uzaktan görüşmelerini sağlama, videoya çekilmiş mülakat oturumlarını erişime açma, firma ve endüstri bilgilerine online ulaşmaya izin veren kaynakları sağlama, popüler sosyal ağlara dahil olma (Facebook, Linkedln, Twitter), webcam ile yapay mülakat oturumlarına katılabilme imkanı sunma ve interaktif web temelli kariyer fuarlarına katılma imkanı verecek "Sanal Kariyer Merkezi" haline dönüşmek durumunda kalmaktadır. Günümüzde, üniversite kariyer merkezi uzmanları, iş ilanlarını tweet atmakta, öğrencilere Skype aracılığıyla mülakata katılma deneyimi yaşatmakta, öğrencilere kendi markalarını sosyal medyada nasıl yaratabileceklerini öğretmektedir. Kariyer merkezlerinin kuramsal yöneliminin 1990'dan itibaren eklektik bir anlayışa doğru evrildiği ve son yıllarda da Kaos Kuramı, Planlanmış Şans Kuramı gibi postmodern yaklaşımlardan da istifade edilmeye başlandığı göze çarpmaktadır (Dey ve Cruzvergara, 2014).

Kariyer merkezlerinin ülkemizdeki kuruluş tarihlerine bakıldığında ise geçmişinin çok eskiye gitmediği görülebilir. Türkiye'de bir üniversite bünyesinde ilk kariyer merkezi Bilkent Üniversite'sinde 1988 yılında kurulmuştur. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kariyer Planlama Merkezi (KPM), Kasım 1996 tarihinde Mezunlara İş Bulma Bürosunun (MIBB, 1980) yeniden yapılanması ile kurulmuştur. İstanbul Teknik Üniversitesi'nde; 1997-1998 yılları arasında İşletme Fakültesi'nde Kariyer Ofisi adı altında kurulmuştur. 2005 yılı itibariyle İş ve İnsan Kaynakları Merkezi (İİKM) adını alarak yeni bir etkinlik sürecine girmiştir. Ankara Üniversitesinde Kariyer Merkezi, İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Danışmanlığı Araştırma

ve Uygulama Merkezi (İKDAM) bünyesinde bir uygulama projesinden hareketle 2010 yılında kurulmuştur. 8 Kasım 2013 tarihinde Kariyer Merkezi resmi olarak hizmete girmiştir. İstanbul Üniversitesinde, 01.04.2010 tarihinde Kariyer Geliştirme Merkezi (İSTANBUL KAGEM) olarak kurulmuştur. Gazi Üniversitesi'nde ise 2010 yılında kurulmuş ve 2012 yılı sonunda faaliyete geçilmiştir (Sağdıç, 2015).

1.2 Üniversite Kariyer Merkezlerinin Yapısı

Kariyer merkezleri yapı olarak fiziksel mekan, çalışan personel gibi öğeler bakımından incelenebilir. Bu bakımdan çağın ihtiyaçları, eldeki olanaklar gibi faktörlere göre kariyer merkezleri için çeşitli modeller önerilmektedir.

Üniversitelerin farklı yapılara ve yerleşke düzenlerine sahip olmalarının bir sonucu olarak kariyer merkezlerinde uygulanan modeller de farklılaşmaktadır. Dolayısıyla da üniversite kariyer merkezleri için tek bir model yoktur (Rayman, 1996), bununla birlikte her Kariyer Merkezi öğrencilerin istihdama katılma yolculuğunda yardımcı olmayı hedeflemektedir.

Üniversite Kariyer Merkezleri "merkezî yönetim" (centralized) veya "yerinden yönetim" (decentralized) modeline sahip olabilirler. Üniversitede farklı akademik programlara kayıtlı tüm öğrencilere tek bir Kariyer Merkezi hizmet sunuyorsa buna Merkezî Kariyer Merkezi denmektedir. Farklı akademik programlara kayıtlı öğrenciler için ayrı ayrı Kariyer Merkezleri kurulduysa Yerinden Yönetilen Kariyer Merkezleri oluşmaktadır. Bazı üniversitelerde ise "hibrit (melez)" bir model benimsenebilmektedir. Bu modelde kurumun gereksinimlerine göre farklı uygulamalar izlenebilmektedir. Örneğin bir Kariyer Merkezi bütün öğrencilere belli bazı hizmetlerden oluşan bir hizmet paketi sunabilir ama bazı özel hizmetleri de başka birime devredebilir (Schaub, 2012).

Kariyer merkezlerinin gelecekteki durumu ile ilgili olarak üniversitelerin tek kampüste veya birden fazla kampüste merkez kurması gibi tartışmaların ötesinde; öğrenci, işveren ve mezunların kampüse fiziksel olarak uğramayacakları bir modelin de vurgulandığı görülmektedir. Nitekim kariyer merkezlerinin gelecekte işverenler, iş arayanlar, mezunlar gibi toplulukları birbirine bağlayan (connected communities) bir modele doğru yol aldığı ifade edilmektedir. Gelişen iletişim teknolojilerinin sunduğu avantajlardan yararlanılarak bu ihtiyaca yanıt verilmesi gerektiği tartışılmaktadır (Dey ve Cruzvergara, 2014; Schaub, 2012).

Gelişmiş ülkelerin öğrencilere doğrudan hizmet sunan üniversite kariyer merkezlerinde (Kariyer Merkezi Araştırma ve Uygulama Merkezleri değil) bir müdür/koordinatör, müdür

yardımcısı, profesyonel kariyer danışmanları, kariyer bilgileri ve kaynakları uzmanı, IT uzmanı, ofis işlerinden sorumlu memurlar, gönüllüler ve hatta öğrenciler bulunmaktadır. Bazı kariyer merkezlerinde bunlara ek olarak işverenlerle ilişkiler koordinatörü ve pazarlama koordinatörleri de yer almaktadır (Schutt Jr., 2008). Kariyer hizmetlerinin gelişmiş olduğu ABD ve Kanada gibi ülkelerde kariyer danışmanlığı hizmetleri bu alanda yüksek lisans derecesine sahip kişiler tarafından sunulmaktadır. Bunlara ek olarak, Kariyer Gelişimi Sertifikası (Career Development Certificate) olan kişiler de kariyer kolaylaştırıcısı olarak ekipte yer almak üzere istihdam edilmektedirler. Bazı AB ülkelerinde ise sertifika düzeyinde bir eğitim kariyer danışmanı olmaya yeterli olabilmektedir. Son yıllarda Türkiye'de kariyer danışmanlığı ve insan kaynakları alanlarında yüksek lisans eğitimleri verilmektedir. Ancak Türkiye'de son yıllarda gerçekleştirilen araştırmalarda, yüksek puanla öğrenci alan üniversitelerimizin kariyer merkezlerinde bile profesyonel kariyer danışmanlarının istihdam edilmediği, kariyer hizmetlerinin daha çok memur statüsünde hizmet sunan ve farklı uzmanlık alanlarından gelen, kariyer alanında her hangi bir formel eğitimi olmayan personel tarafından yürütülmeye çalışıldığı görülmektedir (Akkök, 2006; Kavas, 2008; Orul, 2016; Sağdıç, 2015; Sezen, 2014).

Kariyer merkezleri ile ilgili incelemeye değer diğer bir öge ise, merkezin konumu kullanılan ekipman ve teknolojik kaynaklardır. Örneğin kariyer merkezleriyle ilgili alan yazında, buraların merkezde ve görünür bir konumda olması, engelliler için erişilebilir olması, gürültüden uzak olması vs. gibi pek çok ayrıntı irdelenmiştir. Bununla beraber bir kariyer merkezinin işlevsel olabilmesi için bulunması gereken ekipman ve malzemeler, teknolojik donanımlar, testler ve envanterler gibi kaynaklar da belirlenmiştir (Schutt Jr., 2008). Türkiye'de halen hizmet sunmakta olan kariyer merkezlerinin bu özellikler bakımından da ne durumda olduğunun belirlenmesi gerekmektedir.

Üniversitelerde kurulan ve geliştirilen Kariyer Merkezleri her üniversitede kendine özgü bir yapı ve nitelik kazanmıştır. Mevcut merkezlerin her biri farklı gereksinimlere farklı biçimlerde yanıt vermek üzere tasarlanmış ve donatılmıştır. Kariyer merkezleri genellikle yeni kayıt olan üniversite öğrencilerinin seçtikleri ana dalla ilişkili kariyer yollarını geliştirmeye yönelik dört yıllık planlar yapmakla işe başlamışlardır. Kariyer merkezlerinin benimsediği yaklaşımlar, yerleşke kültürüne, mali sınırlılıklara, birimin yerine ve tasarımına göre değiştiği gibi, merkezde çalışanların uzmanlık gücüne ve liderlik kapasitesine göre de değişmektedir. Bunlara ek olarak, dünya genelinde bütün üniversiteleri derecelendiren ve sıralama yapan kuruluşlar (örneğin World of ranking gibi), bu derecelemeyi yaparken mezunların işe yerleşme oranlarını da dikkate almaktadır. Üniversitelerin sıralamadaki yerini de etkilediği için, mezunlarını belli bir

zaman içinde işe yerleştirme oranı da kariyer merkezlerinden beklentileri artırmıştır (Hammond, 2001).

Bilgi çağının önemli bir bileşeni olan yükseköğretim kurumlarında yer alan kariyer merkezleri bilim dünyasında oldukça fazla ilgi çekmiş olmasına karşın Türkiye'de bu merkezlerin önemi henüz yeterince kavranmamıştır. Örneğin bu konuda yapılan akademik çalışmaların sadece bitirme tezleriyle sınırlı olduğu görülmektedir. Örneğin Şubat 2019 tarihi itibariyle Türkiye'de 129'u devlet üniversitesi olmak üzere toplam 206 üniversite bulunmasına rağmen, bunların çok azında kariyer merkezi bulunduğu, bulunan merkezlerden ise sınırlı sayıda öğrencinin yararlandığı, kariyer merkezlerine atfedilen işlevlerin yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Dahası, Türkiye'de devlet üniversitelerindeki kariyer merkezlerinin öğrencilerine ve mezunlarına sunduğu hizmetlerin çok sınırlı olduğu da dikkat çekmektedir (Orul, 2016; Sağdıç, 2015; Sezen, 2014). Sezen'in (2014) Ankara Üniversitesi, Bilkent İhsan Doğramacı Üniversitesi, Başkent Üniversitesi ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi kariyer merkezlerinin sunduğu hizmetlerin niteliğini incelediği araştırmasında; sunulan hizmetlerin oldukça sınırlı olduğu belirlenmiştir. Orul'un (2016) Bilkent İhsan Doğramacı Üniversitesi, Ankara Üniversitesi ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi'ndeki kariyer merkezlerinin işlevselliğini değerlendirdiği bir diğer çalışmada; bu merkezlerde çalışan personelin kariyer danışmanlığı alanında herhangi bir eğitim almadıkları, öğrencileri daha iyi tanımak amacıyla test ve envanter uygulamadıkları ve öğrencilere daha çok özgeçmiş yazma ve mülakat teknikleri konusunda bilgilendirme yaptıkları saptanmıştır. Görüldüğü gibi sadece birkaç üniversite kariyer merkezini değerlendiren bu çalışmalar, Türkiye genelindeki durumu yansıtmaktan uzak olup, genellikle merkezi ve büyük üniversitelerdeki mevcut durumu ortaya koymaktadır.

1.3 Problem

Bu projenin temel amacı, Türkiye'deki devlet üniversitelerinde bulunan üniversite kariyer merkezlerini mekan, personel, yönetim düzeni, sahip olunan araç ve gereçler, sunulan veya sunulamayan hizmetler, bu hizmetlerin belirlenme yöntemi vb. açılardan değerlendirerek güçlü ve zayıf olduğu yönleri belirlemek ve bir kariyer merkezinin mekan, donanım, sahip olunan kaynaklar, yürütülen faaliyetler ve çalışan personel bakımından nasıl olması gerektiği konusunda iki ayrı model (tek yerleşkeli-çok yerleşkeli) geliştirmektir. Bu temel amaç doğrultusunda projenin iki ayrı alt amacı bulunmaktadır. Birincisi üniversite kariyer merkezlerindeki mevcut durumun değerlendirilmesi, ikincisi ise tek ve çok yerleşkeli üniversiteler için iki ayrı kariyer merkezi modelinin geliştirilmesidir. Bu alt amaçlar aşağıda verilmiştir:

1.3.1 Üniversite Kariyer Merkezlerinde Mevcut Durum Nedir?

Türkiye'de faaliyet gösteren devlet üniversitelerindeki kariyer merkezlerinde mevcut durum nedir? Bu soruya cevap verebilmek için aşağıda alt başlıklar altında düzenlenen sorulara cevap aranacaktır.

1.3.1.1 Genel Bilgiler

Türkiye'deki devlet üniversitelerinde faaliyet gösteren kariyer merkezleri ne zaman kurulmuştur? Bu merkezler nasıl isimlendirilmişlerdir? Yönetmelikleri var mıdır? Organizasyon şeması nasıldır? Kuruluş aşamasında ne tür güçlükler yaşanmıştır? Üst yönetimin kariyer merkezi ve hizmetlerine yaklaşımı nasıldır?

1.3.1.2 Kariyer Merkezinin Hedefleri

Bünyelerinde kariyer merkezi bulunan üniversitelerimizin kariyer merkezi açma gerekçeleri nelerdir ve hangi ihtiyaçları gidermek amacıyla açılmışlardır?

1.3.1.3 Öğrencilere Sunulan Hizmetler

Üniversite Kariyer Merkezleri tarafından öğrencilere ne tür hizmetler sunulmaktadır?

1.3.1.4 Mezunlara Yönelik Hizmetler

Üniversite Kariyer Merkezleri tarafından mezunlara ne tür hizmetler sunulmaktadır?

1.3.1.5 Kariyer Merkezi İle Yerel İşgücü Piyasası İlişkiler

Üniversite Kariyer Merkezleri, yerel işgücü aktörleriyle (Belediye, Sanayi Odası, İŞKUR, Sivil Toplum Kuruluşları vb.) işbirliği yapmakta mıdır? Yerel işgücü aktörleri ile ne tür ortak çalışmalar yürütülmektedir?

1.3.1.6 Yararlanıcıların Profili

Merkezin yürüttüğü faaliyetlerden yararlanan öğrencilerin profili nedir? Örneğin son bir yıl içinde merkeze başvuran öğrenci ve mezun sayısı, bunların fakültelere, yüksekokullara, sınıflara göre dağılımı nedir?

1.3.1.7 Veri Tabanı

Kariyer merkezlerinin kendilerine ait bir veri tabanı var mıdır? Varsa bu veri tabanında yer alan bilgilerin niteliği nedir?

1.3.1.8 Eğitim ve Seminer Çalışmaları

Kariyer merkezlerinde hangi konularda eğitim verilmekte veya seminerler düzenlenmektedir? Hangi sıklıkta eğitim ve seminer düzenlenmektedir? Eğitim ve seminer konuları her yıl güncellenmekte midir? Hangi konularda eğitim ve seminer düzenleneceğine nasıl karar verilmekte, konular nasıl belirlenmektedir? Kimler bu seminerlerde eğitici olarak görev almaktadır? Katılımcılara herhangi bir Katılım Belgesi veya Sertifika verilmekte midir?

1.3.1.9 Bireyi Tanıma Çalışmaları

Bireyi tanıma çalışmaları kapsamında merkezde hangi faaliyetler yürütülmektedir? Bireyi tanıma amacıyla hangi nitel ve nicel teknikler kullanılmaktadır? Danışanların ilgi, yetenek, kişilik özellikleri, meslek değerleri vb. yönlerden kendilerini daha iyi tanımaları için herhangi bir test veya envanter uygulanmakta mıdır? Uygulanıyorsa bu test ve envanterler nelerdir?

1.3.1.10 Personelin Nitelik ve Nicelik Durumu

Kariyer Merkezlerinde çalışan personelin profili nasıldır? Bu çerçevede merkezde, koordinatör, kariyer danışmanı, idari personel, sekreter ve gönüllüler de dâhil olmak çalışanlar için sayısal durum nedir? Çalışanların pozisyonları nedir? İş tanımları yapılmış mıdır? Personelin eğitim düzeyi nedir? Mezun oldukları alanlar nelerdir? Merkezde görevlendirilmeden önce merkezin çalışma konuları ile ilgili herhangi bir eğitime katılmışlar mı? Katıldılarsa, bu eğitimin içeriği nedir? Süresi ne kadardır?

1.3.1.11 Merkezin Fiziksel Yapısı

Kariyer merkezinin üniversite içindeki yeri nerededir? Merkezin bulunduğu yer, gürültü ve aydınlatma gibi özellikler açısından uygun mudur? Öğrencilerin kolaylıkla ulaşabilecekleri bir yerde midir? Kariyer merkezlerinin fiziki yapısı nasıldır? Merkez, kaç odadan oluşan bir binada faaliyet göstermektedir? veya kaç metrekare kullanım alanına sahiptir? Odalar, merkezin fonksiyonlarına göre düzenlenmiş midir?

1.3.1.12 Merkezde Bulunan Ekipmanlar

Kariyer merkezlerinde bireyi tanıma ve bilgilendirme amacıyla kullanılmak üzere hangi basılı materyaller ve kaynaklar (test, envanter, meslek rehberleri, kitap, broşür, vb.) bulunmaktadır? Kariyer merkezinde bilgisayar, yazıcı, internet erişimi, ilan panosu, projektör, tarayıcı, fotokopi makinesi, faks makinesi, dosya dolabı, modem, telefon vb. gibi hangi ekipmanlar bulunmaktadır?

1.3.1.13 Tanınırlık Faaliyetleri

Merkezin faaliyetleriyle ilgili tanıtım ve bilgilendirme yapmak amacıyla, kariyer merkezi tarafından yayınlanmış broşür, bülten, dergi, kitap, rapor, vb. var mıdır? Kariyer merkezinin kendine ait bir web sitesi var mıdır? Varsa, web sitesi ne sıklıkta güncellenmektedir?

1.3.1.14 Finansal Konular

Kariyer merkezinizin başlıca harcama kalemleri ve finansal kaynaklarının neler olduğu, finansal konularda ne tür sorunlar yaşandığını belirlemek.

1.3.2 Tek Yerleşkeli ve Çok Yerleşkeli Üniversiteler İçin Geliştirilecek İki Ayrı Kariyer Merkezi Modelinin Yapısı ve Sahip Olması Gereken Özellikler Nelerdir?

Projenin ikinci temel amacı, üniversite kariyer merkezlerinin işlevsel olarak nasıl yapılandırılabileceği konusunda iki ayrı model geliştirmektir. Geliştirilecek modellerle, halen üniversitelerde hizmet sunmaya çalışan ve herhangi bir standarda sahip olmayan kariyer merkezleri için öneride bulunmak, yeni kurulacak merkezleri için alternatif sunmak mümkün olacaktır. Bu bağlamda geliştirilecek olan tek ve çok yerleşkeli üniversiteler için alternatif kariyer merkezi modellerinin daha işlevsel olacağı düşünülmektedir.

Bu çerçevede aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

- Türkiye'de tek yerleşkeli üniversiteler için nasıl bir kariyer merkezi modeli önerilebilir? Bu modele göre kurulacak bir kariyer merkezinin özellikleri neler olmalıdır?
- Türkiye'de çok yerleşkeli üniversiteler için nasıl bir kariyer merkezi modeli önerilebilir? Bu modele göre kurulacak bir kariyer merkezinin özellikleri neler olmalıdır?

1.4 Önem

Günümüzde eğitim kurumları da dahil olmak üzere bütün kurumlarda üretkenlik, verimlilik, hesap verebilirlik, rekabet edebilirlik gibi özellikler aranmaktadır. Örneğin ülkemizin de üye olmaya çalıştığı Avrupa Birliği (AB), ülkelerin rekabet edebilme kapasitesini güçlendirmeyi amaçlamakta ve bunun için de en önemli unsurun beşeri sermaye ya da ülkenin yetişmiş insan gücü olduğunu vurgulamaktadır. Öte yandan üniversite öğrencilerinin de artık sadece "mesleki bilgi edinme" ile yetinmeyerek 21.yüzyıl becerilerinin kazandırılması da dahil olmak üzere üniversiteden beklentileri artmıştır. Buna paralel olarak, günümüzde üniversiteler de öğrencilerini ve mezunlarını sadece "mesleki eğitim-öğretim" etkinlikleri aracılığıyla istihdam sürecine hazırlamakla yetinmemektedirler. Zira iş dünyası eskiye oranla çoklu becerilere sahip meslek mensuplarının peşindedir. O nedenle üniversite-sanayi işbirliği kaçınılmaz bir gereklilik haline dönüşmektedir. Mezun olmadan önce staj yapma, sektöre özgü bilgi ve deneyim edinme fırsat ve olanaklarının öğrencilere sunulabilmesi için üniversitelerin yeni stratejiler geliştirip hem uygulamalarını güçlendirmeleri hem de paydaşlarla ortak hareket etmeleri bir zorunluluk haline gelmiştir. İşgücü piyasasının talep ettiği yetkinliklerle donanmış üniversite mezunları ülkenin geleceğini biçimlendirecek insan gücü olacağından bu sorumluluk daha da önem kazanmaktadır.

Kuşkusuz 21.yy'ın gerektirdiği yenilikçi iş yapma becerilerini edinmekte olan üniversite öğrencileri ile bu becerileri edindiği onaylanan üniversite mezunlarının bireysel kariyer planlarını olabildiğince isabetli yapabilmeleri bakımından üniversiteler üzerlerine düşeni yapmaya çalışmaktadır. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren çeşitli birimlere bağlı olarak kurulmaya başlayan "kariyer ofisleri" ya da bilhassa devlet üniversitelerindeki araştırma ve uygulama merkezleri bünyesinde yapılanmaya başlayan "kariyer merkezleri" bu çabanın somut ürünüdür. Ancak üniversitelerde yapılanmaya başlayan bu merkezlerin henüz yeterli olgunluğa erişemediği görülmektedir. Bu projenin başvuru aşamasında (2015 yılı sonu) proje ekibi tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Türkiye'de mevcut 109 devlet üniversitesinin sadece 20'sinde (%18,35) kariyer merkezi bulunduğu belirlenmiştir. 18 devlet üniversitesinin ise sadece kariyer merkezi yönetmeliği çıkarmakla yetindiği, herhangi bir etkinlik ya da hizmet sunmadığı tespit edilmiştir. Diğer üniversitelerimizin kariyer planlama konusuna aşina olmakla birlikte sorumluluğu öğrenci topluluklarına, okulların inisiyatifine ya da İŞKUR'a devrettikleri görülmüştür.

Gerek gençlerin gerekse işgücü piyasasının somut ve talepkâr baskılarına karşın ülke genelinde başarılı sonuçlar elde eden üniversite kariyer merkezi örneklerinin son derece kısıtlı kalması düşündürücüdür. O kadar ki var olanların da yeterlikleri şüphelidir. Kuramsal olarak ve

gelişmiş ülke örneklerine bakılarak aktif çalışan mevcut üniversite kariyer merkezlerinin incelenmesiyle, üniversitenin özgün yapısına (tek yerleşkeli-çok yerleşkeli) uygun, görece standartlaştırılmış kariyer merkezi modelleri son derece işlevsel olacak; sunulacak kariyer danışmanlığı hizmetleri bakımından da yerel işgücü piyasası dinamikleriyle uyumlu ama eşitlikçi bir yaklaşım izlenmiş olacaktır.

Bu çalışmanın önemi, Türkiye'de devlet üniversitelerinin her biri için uygulanabilir kariyer merkezi modeli/modelleri geliştirerek zorunlu yapısal unsurlara bir standart sağlanmasını ve verilecek hizmetin kalitesinin artırılmasını destekleyecek olmasıdır. Geliştirilecek modeller, ofisin büyüklüğü, biçimi, üniversite içindeki konumu ve donanımsal (bilgisayar vb.) gerekliliklerinin yanı sıra kullanılması uygun olan test, envanter, akademik kaynaklara ilişkin tasarımları içermesidir. Öte yandan personel sayısı ve niteliği bakımından "olması gereken" yapılanmaya ilişkin önemli ipuçları elde edilecektir.

Çalışmanın özgün katkılarından birinin de üniversite kariyer merkezleri için "personel politikası" geliştirerek bu alanda öğrenim görmüş yetkin kişilere devretmeyi sağlamak olacağı umulmaktadır. Gerçekten öğrenci ve mezunlara bireysel kariyer planlamalarında yardımcı olmak, test ve envanterler aracılığıyla benlik farkındalıklarını güçlendirmek, ancak profesyonel danışmanlarca yapılırsa nitelikli olacaktır.

Düzenlenecek kariyer etkinliklerinin hedeflerinin belirlenmesi ve sürecin planlanması da yetkinlik gerektiren bir diğer konudur. Öğrenci ve mezunlara iş arama becerileri edindirmek, CV hazırlamak gibi bilinenlerin ötesinde destek eğitimleri verilmesi de kariyer merkezlerinde istihdam edilen uzmanlarca düzenlenmelidir. Bu bağlamda 21.yüzyılda iş dünyasının istihdam edeceği elemanlarda talep ettiği "öz yönetim becerileri" ve "transfer edilebilir beceriler"i öğrencilerde geliştirmek için kurslar açmak ve bu konuda akademik bölümlerle işbirliği yaparak koordinasyonu sağlamak da bu merkezlerin önemli işlevleri arasındadır.

Kariyer merkezlerinin saptanan önemli sorun alanlarından bir diğeri de üniversite kariyer merkezlerinin finansmanı problemidir (Sezen, 2014). Bu konu için çalışma kapsamında sunulan alternatif çözüm önerileri ülke genelinde devlet üniversiteleri ile vakıf üniversiteleri arasında gözlenen etkinlik ve başarı farklarını giderecek bir anahtar çıktı olacaktır.

Bu çalışmanın özgün katkılarından bir diğeri bilgi iletişim teknolojilerinin yardımıyla öğrencilere "e-rehberlik" imkanı sunacak internet tabanlı ve çevrim içi uygulamalar bakımından da üniversite kariyer merkezlerine öncül modelleme önerileri geliştirmek olacaktır. Post-modern dünya küreselleşme ve öngörülemeyen hızlı değişimlerle şekillenmektedir. Bu nedenle kariyer

rehberliği ve danışmanlığı alanı, bu taleplere yanıt verebilecek şekilde kendini yenilemekte ve değişmektedir. Teknolojik gelişmelerle iletişim araçlarına her gün bir yenisi eklenmektedir. Gençler iletişim kurmak için sosyal medyayı tercih etmekte, iş fırsatlarına ilişkin bilgiye ulaşmak için bilgisayar ve akıllı telefonları kullanmaktadır. Bu nedenle kariyer danışmanlığı hizmetlerinde de bilgi iletişim teknolojilerini kullanmak kaçınılmaz olmaktadır. Bu nedenle AB ülkelerinde bireylerin çalışma hayatındaki kariyerleri dahil hayatlarını kendilerinin şekillendirebildiği e-kariyer rehberliği ile "öz-rehberliğe" ağırlık verilmektedir (Pişkin, 2016). Çünkü 21. Yüzyıl kendi ayakları üzerinde durabilin bireyler gerektirmektedir. Özellikle son on yılda kariyer alanında gençlerin kendilerine rehberlik etmeye yardımcı olacak çok sayıda yeni araç sunulmaya başlanmıştır.

Tüm bunlar göz önüne alındığında üniversite kariyer merkezleri yeni eğilimlere uyum sağlamalı ve dijital çağa ayak uydurarak gençlere rehberlik edebilmelidir. Günümüzde bilgisayar destekli kariyer danışmanlığı sistemleri hem kişinin kendi kendini değerlendirmesine yardımcı olan psikometrik ölçme araçları sunmakta hem de iş ve eğitim hakkında bilgilerine kolay erişim imkanı sunarak kişinin kendisini meslekler veya eğitim programlarıyla eşleştirmesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca haber grupları, sohbet odaları, bloglar, facebook, linkedin ve twitter gibi sosyal medya araçları iş arama süreçlerinde adaylara yardımcı olabilmektedir. Bu çalışma kapsamında geliştirilen kariyer merkezi modellerinde gençlere sadece geleneksel yöntemlerle değil, aynı zamanda dijital dünyanın sunduğu modern yöntemlerle de kariyer hizmeti sunmanın yollarına dikkat çekilmiştir.

Gelişmiş ülkelerde marka değeri güçlü üniversitelerin kariyer merkezlerinin, üniversitenin hem öğrenciler hem de işverenler için cazip hale gelmesinde yadsınamayacak bir katkısı söz konusudur. Üniversiteden mezun olanların mesleki kalitesine ilişkin inancı değiştirecek olan, çağa uygun faaliyet gösterecek üniversite kariyer merkezleridir. Ancak ülkemizde devlet üniversitelerindeki kariyer merkezlerinin öğrencilerine ve mezunlarına sunduğu hizmetlerin sınırlı olduğu dikkat çekmektedir (Orul, 2016; Sağdıç, 2015; Sezen, 2014). Sadece bir kaç üniversite kariyer merkezini değerlendiren bu çalışmalar, Türkiye genelindeki durumu yansıtmaktan uzak olup, genellikle merkezi ve büyük üniversitelerdeki mevcut durumu ortaya koymaktadır.

Daha önce de belirtildiği üzere gerçekleştirilen sınırlı sayıda araştırma bulgularına göre kariyer merkezlerinde sunulan kariyer danışmanlığı hizmetleri bu alanda eğitim almayan personel tarafından yürütülmektedir. Oysa devlet üniversitelerinin işgücü piyasasında mezunlarının hak ettikleri fırsat ve ilerleme imkanından yoksun kalmaları riskini bertaraf edecek olan güçlü, güvenilir ve kaliteli hizmet sunumuna uygun yapılanmış, bu alanda yetişmiş personel

tarafından desteklenmiş üniversite kariyer merkezleri olmalıdır. Dolayısıyla bu proje kapsamında geliştirilen modellerde kariyer merkezlerinde çalışacak personelin hangi niteliklere sahip olması gerektiği üzerinde durulmuş olması önemlidir.

Özetle bu çalışmanın gerek akademik gerekse uygulamaya dönük temel katkısı; mekan, merkezlerde hangi araç-gereç, donanım ve kaynakların bulunması gerektiği, çalışan personelin niteliği ile kariyer merkezinin yönetim düzeni, yürütülmesi önerilen faaliyetlerin neler olduğuna ve yapılanmasına yer veren kapsamlı bir model geliştirmektir. Metropollerdeki üniversitelerde dahi etkin olmayan üniversite kariyer merkezleri için işlevsel bir model önerisi oluşturmayı hedefleyen bu çalışma ile ulusal düzeyde elde edilecek bulgular bağlamında mevcut durumu bilimsel yöntemlerle tespit ederek ve uygulamaya dönük çözüm modellemesi sunarak önemli bir akademik katkı sunmanın yanı sıra işlevsel bir yarar sağlama potansiyeli taşımaktadır. Böylece üniversitelerin mali kaynakları da israf edilmeden hedefe uygun biçimde kullanılabilecektir. Bu bağlamda tek ve çok yerleşkeli üniversiteler için alternatif kariyer merkezi modellerinin hem devlet üniversiteleri, hem öğrenciler ve mezunlar, hem de ülke ekonomisi için işlevsel olacağı düşünülmektedir.

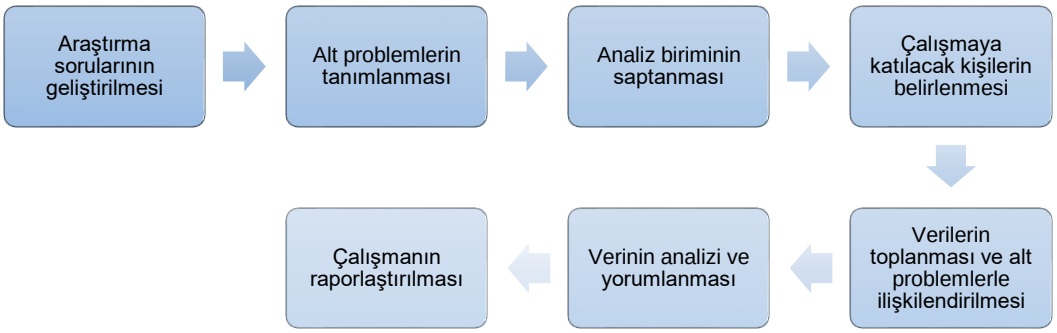
BÖLÜM 2

YÖNTEM

2.1. Araştırma Modeli ve Deseni

Amaç bölümünde belirtildiği gibi proje iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde devlet üniversitelerinde yapılanmış ve öğrencilere kariyer hizmeti sunan kariyer merkezlerinin güçlü ve zayıf yönleri değerlendirilmiş, ikinci aşamasında ise tek yerleşkeli ve çok yerleşkeli devlet üniversiteleri için iki ayrı kariyer merkezi modeli geliştirilmiştir.

Araştırmanın ilk bölümünde, nitel yöntem benimsenmiş ve betimsel-tarama modeline uygun bir tasarım kullanılmıştır. Bilindiği gibi nitel araştırmalar gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı ve bireylerin herhangi bir konuyla ilgili görüş ve yaşantılarını bir müdahalede bulunmadan, ön yargısız bir şekilde keşfetmeye ya da ele almaya izin veren çalışmalardır (Merriam, 2013). Nitel araştırma yönteminin kullanılmasının nedeni, üniversite kariyer merkezlerinin güçlü ve zayıf olduğu yönlerin kariyer merkezi çalışanları ve yöneticilerinin görüşlerine dayalı olarak derinlemesine alınmak istenmesidir. Nitel araştırmalar nicel araştırma yöntemlerine göre daha esnektir ve araştırılan konu hakkında derinlemesine bilgi edinilmesini sağlamakta, tarama modelleri ise geçmişte ve halen var olan bir durumu betimlemeyi amaçlamaktadır (Karasar, 2012). Bu modeller verilerin sınıflanması, düzenlenmesi ve çözümlenmesini kolaylaştırmaktadır. Niteliksel araştırmaların önemi, genel eğilim yerine genelden sapan ve dikkat çeken görüşler üzerine yoğunlaşmasıdır. Dolayısıyla, projede ara sorularla derinlemesine analiz yapabilmek de hedeflenmiştir. Nitel araştırmalarda toplanan veriler hem bağlama, hem sürece hem de algılara yönelik olmalıdır. Bu verilere erişebilmek için en sık kullanılan yöntem görüşmedir. Bogdan ve Biklen (1992) bu yöntemin insanların bakış açılarını, deneyimlerini, duygularını ve algılarını ortaya çıkarma bakımından son derece güçlü olduğunu vurgulamışlardır. Araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme formları aracılığıyla veriler toplanmış ve güncel bir olgu, olay, durum ve gruplar üzerine odaklanan, derinlemesine inceleme imkânı veren “durum çalışması desenine” uygun olarak değerlendirilmiştir. Bu desenin aşamaları Şekil.1.de sunulmuştur:



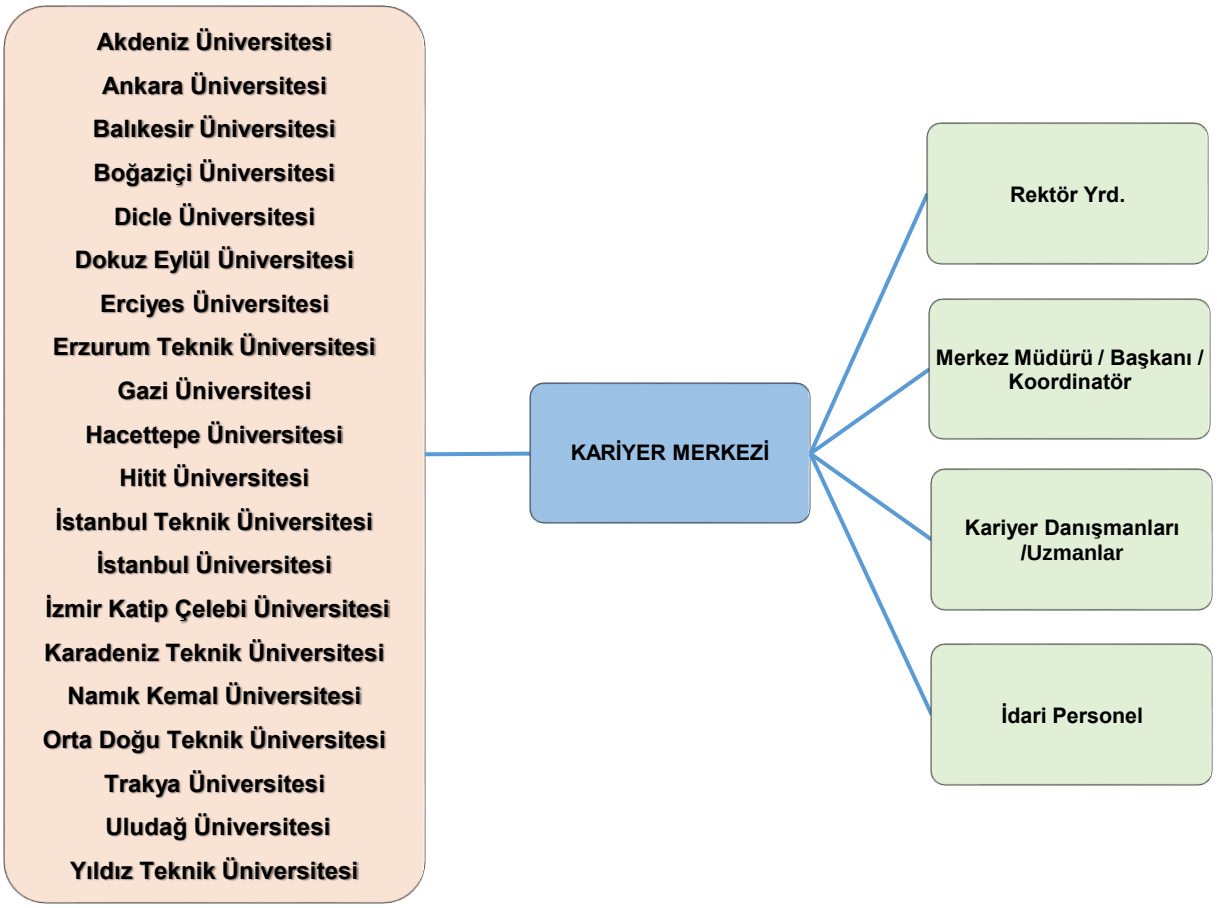
Şekil 1. Araştırmada kullanılan “durum çalışması deseni”

Araştırmanın ikinci amacı olan tek yerleşkeli ve çok yerleşkeli üniversiteler için iki ayrı kariyer merkezi modelinin geliştirilmesi sürecinde ise ilgili alanyazın derinliğine araştırılmış, yerli ve yabancı üniversitelerde uygulanan iyi örnekler analiz edilmiştir. İyi örnekler olarak değerlendirilen Türkiye’deki 4 vakıf üniversitesi (Sabancı, Bahçeşehir, Bilkent ve TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversiteleri) ile devlet üniversitesi olan Zürih Üniversitesi’nin (The University of Zurich-UZH) kariyer merkezlerinin incelenmesine karar verilmiştir. Öncelikle Türkiye’deki 4 vakıf üniversitesi kariyer merkezi ziyaret edilmiştir. Vakıf üniversitelerine ilişkin ziyaret raporu EK-1’de, Zürih Üniversitesi İnceleme raporu EK-2’de sunulmuştur. Bu ziyaret sonucunda elde edilen verilerden ve alanyazın araştırmasından yola çıkılarak biri tek yerleşkeli, diğeri çok yerleşkeli üniversiteler için olmak üzere iki ayrı taslak model geliştirmiştir. Geliştirilen taslak model, 25 Eylül 2018 tarihinde düzenlenen ve katılımcılarını proje evrenini oluşturan üniversite kariyer merkezi yöneticilerinin ve çalışanlarının oluşturduğu bir çalıştayda tartışılmıştır. Bu çalıştaya ilişkin değerlendirme raporu EK-3’te yer almaktadır. Çalıştay sonrasında Zürih Devlet Üniversitesi kariyer merkezi ziyaret edilerek organizasyon yapısı, personel durumu ve vermiş olduğu hizmetler incelenmiştir. Bu ziyaret sonrasında elde edilen veriler ile çalıştaydan toplanan görüş ve öneriler çerçevesinde modeller revize edilmiş, yapılanma ve işleyiş açısından standartlar belirlenmiştir.

2.2. Araştırma Grubu

Kariyer merkezlerinin güçlü ve zayıf yönlerinin değerlendirilmesi sürecinde, faal kariyer birimi/merkezi olan 20 devlet üniversitesi ziyaret edilmiştir. Bu merkezlerde, öğrencilere doğrudan hizmet sunan kariyer merkezi personeli (kariyer danışmanı, uzman ve idari personel) ile bu merkezlerin yöneticilerinin (müdür, başkan, koordinatör) ve merkezler ilgili bir rektör

yardımcısı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda ziyaret edilen 20 devlet üniversitesi Şekil 2.'de sunulmuştur:



Şekil 2. Araştırma çalışma grubu

Araştırmanın çalışma grubu olarak belirlenen bu üniversitelerin seçilme nedenleri aşağıda özetlenmiştir:

Projenin hazırlık aşamasında Türkiye'de toplam 109 devlet üniversitesi bulunmaktaydı. Bu üniversitelerde, öğrencilere doğrudan hizmet sunan kariyer birimi/merkezi bulunan ve bulunmayanları belirlemek amacıyla üniversitelerin web siteleri incelenmiş ve üniversitelerle telefon görüşmesi yapılmıştır. Elde edilen öncül veriler, üniversitelerin kariyer merkezi yapılanmasının üç farklı örüntü çerçevesinde gerçekleştiğini göstermiştir. Buna göre;

1. Resmi Gazetede yayınlanmış yönetmeliği, araştırma ve uygulama merkezi ve doğrudan öğrencilere hizmet sunan kariyer merkezi bulunan üniversitelerin sayısı

13’dür. Bu üniversiteler şunlardır: Akdeniz Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi, Dicle Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi, Erzurum Teknik Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Namık Kemal Üniversitesi, Trakya Üniversitesi ve Uludağ Üniversitesi.

2. Faaliyetleri herhangi bir yönetmelik kapsamında tanımlanmayan, ancak öğrencilere doğrudan hizmet sunan kariyer birimi/merkezi bulunan üniversitelerin sayısı 7’dir. Bu üniversiteler şunlardır: Boğaziçi Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Hitit Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, ODTÜ ve Yıldız Teknik Üniversitesi.

3. Bünyesinde öğrencilere doğrudan kariyer hizmeti sunan bir kariyer birimi/merkezi olmayan üniversite sayısı Ocak 2016 tarihi itibariyle 89 olarak saptanmıştır. Bu üniversiteler incelendiğinde kendi içinde farklılıklar gösterdikleri görülmektedir. Örneğin bu üniversitelerin 18’inde Kariyer Araştırma ve Uygulama Merkezi Yönetmeliği çıkarılmasına rağmen, personel atamasının yapılmadığı, web sayfasının hazırlanmadığı ve kariyer merkezi ofisleri henüz kurulmadığı veya kurulma aşamasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca kariyer merkezi olmadığı için hizmetleri kariyer merkezi çatısı altında sunmayan, ancak İŞKUR, dekanlık, rektörlük, öğrenci topluluklarının çabası ile “kariyer etkinliklerini” gerçekleştirmeye çalışan 61 devlet üniversitesinin olduğu belirlenmiştir. Ek olarak, yönetmeliği olmayan, araştırma ve uygulama merkezi kurulmamış ve bünyesinde öğrencilere hizmet sunan kariyer birimi/merkezi olmayan üniversite sayısı 10’dur.

Bu araştırmanın amacının öğrencilere doğrudan hizmet sunan, mekânı ve personeli olan üniversite kariyer merkezlerinin güçlü ve zayıf yönlerini değerlendirmek olduğu için ilk iki kategoride yer alan üniversite kariyer merkezi ile araştırma gerçekleştirilmiştir.

Daha önce de belirtildiği gibi bu üniversitelerin her birinin kariyer merkezinden sorumlu yöneticileri (rektör, rektör yardımcısı, rektör danışmanı, koordinatör, müdür, başkan) ile halihazırda merkezde görevli kariyer danışmanları, uzmanlar ve idari personel olmak üzere toplamda 53 çalışanla görüşülmüştür. Bu çalışanların unvanlara ve cinsiyete göre frekans dağılımları Tablo 1.’de sunulmuştur.

Tablo 1. Görüşülen kariyer merkezi çalışanlarının unvana ve cinsiyete göre frekans dağılımı

	Kadın	Erkek	Toplam
Rektör	**-**	**1**	**1**
Rektör Danışmanı	**-**	**1**	**1**
Merkez Müdürü / Başkanı / Koordinatör	**9**	**14**	**23**
Kariyer Danışmanı / Uzman	**11**	**8**	**19**
İdari Personel	**5**	**4**	**9**
Toplam	**25**	**28**	**53**

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın gerçekleştirildiği üniversitelerde kariyer merkezi yöneticileri ve çalışanlarıyla gerçekleştirilen görüşmelerde iki form kullanılmıştır: “Yönetici Görüşme Soru Formu” (EK-4) ve “Kariyer Merkezi Personeli Görüşme Soru Formu” (EK-5). Yarı yapılandırılmış olan bu formlar, araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır. Formlar kariyer merkezlerinin mevcut durumunu değerlendirilmesini (organizasyon yapısı, hedefleri, faaliyetleri, personelin nicelik ve nitelik durumu, fiziksel yapısı, işbirliği içinde olunan birimler, tanınırlık faaliyetleri, finansal durum ve karşılaşılan güçlükler) içeren sorulardan oluşmuştur.

2.4. Verilerin Toplanması

Araştırmanın birinci amacı olan 20 devlet üniversitesi kariyer merkezinin güçlü ve zayıf yönlerinin değerlendirilmesi aşamasında öncelikle bu üniversitelerin yönetimlerinden projenin amacı ve hedefleri belirtilerek gerekli uygulama izinleri alınmıştır. 13 ilde yürütülen araştırmada (Antalya, Ankara, Balıkesir, Bursa, Çorum, Diyarbakır, Edirne, Erzurum, İstanbul, İzmir, Kayseri, Tekirdağ, Trabzon) merkezler 16.08.2017 - 22.02.2018 tarihleri arasında ziyaret edilmiştir. Merkezler ziyaret edilmeden önce telefonla ya da eposta ile iletişim kurularak uygun tarih ve zaman belirlenmiştir. Görüşmeler kariyer merkezlerinde gerçekleştirilmiştir.

Görüşmelerde bir araştırmacı ve bursiyer ya da iki araştırmacı ve bir bursiyer yer almıştır. Araştırmacıların biri süreçte daha aktif rol alırken, diğer araştırmacı ya da bursiyer kayıt tutmuş ve aktif olan araştırmacıya destek olmuşlardır. Ayrıca fiziksel mekânın ve kullanılan ekipmanların değerlendirilmesini sağlayacak fotoğraflarda izin alınarak çekilmiştir. Görüşmeler ortalama 180 dakika olarak gerçekleşmiştir.

Araştırmanın ikinci aşaması olan tek yerleşkeli ve çok yerleşkeli üniversiteler için iki ayrı kariyer merkezi modelinin geliştirilmesi sürecinde iyi örnekler olarak değerlendirilen Ankara ve İstanbul bulunan 4 vakıf üniversitesi (Bahçeşehir, Bilkent, Sabancı ve TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversiteleri) 05.06.2018-12.06.2018 tarihleri arasında; Zürih Üniversitesi ise 07.11.2018 - 09.11.2018 tarihleri arasında ziyaret edilmiştir. Diğer üniversitelerde olduğu gibi, bu üniversitelerde de üniversite yönetimlerinden gerekli izinler alınmış, merkezlerin yöneticileri ve çalışanları için uygun olan tarih ve zamanda kariyer merkezlerinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler iki araştırmacı tarafından yürütülmüş; daha önceki görüşmelerde olduğu gibi bir araştırmacı merkez çalışanlarına araştırma sorularını yöneltirken, diğer araştırmacı kayıt tutmuş ve araştırmacıya destek olmuştur. Fiziksel mekânın ve kullanılan ekipmanların fotoğrafları da izin alınarak çekilmiştir.

2.5. Verilerin Analizi

Verilerin analizi, nitel veri analizi tekniklerinden içerik analizi ile gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi görüşme verilerinin kavramsallaştırılması ve bu kavramsallaştırma sonucu elde edilen yapıların bir mantık içerisinde organize edilip temaların oluşturulmasına olanak sağlayan bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Şekil 3.'de "Nitel Araştırma Veri Analiz Aşamaları" sunulmuştur.



Şekil 3. Nitel araştırma veri analiz aşamaları

İçerik analizini gerçekleştirmek için öncelikle görüşme sorularına verilen yanıtlar yazıya dökülmüştür. Sonrasında, birinci ve üçüncü araştırmacı her bir görüşmeyi gözden geçirerek, bağımsız bir şekilde kodlamıştır. Bağımsız kodlamadan sonra araştırmacılar bir araya gelerek, yaptıkları kodlamaları tartışmış ve ortak karara bağlanmış bir kod listesi oluşturmuşlardır. İki araştırmacı görüşme verilerini hem görüşmelerde belirlenen temel kavramları hem de alan yazın bilgisini dikkate alarak kodlamışlardır. Kod listesi oluştuktan sonra, üçüncü araştırmacı bu listeyi dikkate alarak diğer görüşmeleri kodlamıştır. Bu süreç tamamlandıktan sonra ortaya çıkan yeni kodlar birinci araştırmacı ile birlikte tartışılarak gözden geçirilmiş ve kod listesi revize edilmiştir. Üçüncü araştırmacı sonrasında revize edilmiş kod listesini dikkate alarak tüm odak grup görüşmelerini tekrar gözden geçirmiş ve veri setinin tümünün kodlamada temsil edilip edilmediğini incelenmiştir. Kodlama sürecinin ardından araştırmacılar, kodlardan yola çıkarak kodları genel düzeyde temsil edecek tema ve alt temaları belirlemişlerdir. Sonraki aşamada ise, yapılan kodlamalar ve kodlama sonucunda elde edilen tema ve alt temalar, içerik analizi sürecinde yer almayan ikinci ve dördüncü araştırmacılar tarafından gözden geçirilmiş ve ilgili tema ve kodların altlarında yer alan verileri ne kadar yeterli temsil edip etmedikleri değerlendirilmiştir.

BÖLÜM 3

BULGULAR VE YORUM

Üniversite Kariyer Merkezlerinin Mevcut Durumuna İlişkin Bulgular

Bu bölümde, araştırmada elde edilen veriler giriş bölümünde ifade edilen iki temel amaç ve alt amaçlar esas alınarak sunulmuştur. Başka bir deyişle, aşağıda ilk olarak üniversitelerdeki kariyer merkezlerinin mevcut durumuna ilişkin bulgulara yer verilecektir. Daha sonra da bu bulgular esas alınarak bu araştırma kapsamında geliştirilen modeller açıklanacaktır.

Üniversite kariyer merkezlerinin mevcut durumunu betimleyebilmek için 20 farklı üniversitedeki kariyer merkezinin incelenmesiyle elde edilen veriler 14 alt başlık altında sunulmuştur. Her bir alt başlık birden fazla araştırma sorusunun cevabını kapsamaktadır.

3.1 Merkezin Yapısı

Bu alt başlık altında, görüşme yapılan 20 devlet üniversitesi ile ilgili genel bilgilere yer verilmiştir. Merkezlerle ilgili genel bilgilere, görüşme formlarındaki sorulara kariyer merkezi yöneticilerinin ve uzmanların verdikleri cevaplar, yazılı veya basılı belgelerin incelenmesi, görüşme sırasında yapılan gözlemler ve alınan notlardan oluşan veriler düzenlenerek ulaşılmış ve aşağıda sunulmuştur.

Giriş bölümünde, kariyer hizmeti sunan birimlerin her üniversitede farklı şekillerde örgütlendiği ve farklı adlarla adlandırıldığı belirtilmişti. Bu çeşitliliği görebilmek için, görüşme yapılan yöneticilere ve uzmanlara kendi üniversitelerinde kariyer merkezinin adının tam olarak ne olduğu, yönetmelik de dahil olmak üzere resmi belgelerde veya yazışmalarda (örneğin üniversite içi yazışmalarda veya paydaşlarla yapılan yazışmalarda, duyurularda, vb.) kullanılan adının ne olduğu, varsa kısaltmasının ne olduğu, öğrenciler veya çalışanlar tarafından genellikle kullanılan adının ne olduğu veya hangi adla bilindiği konusunda sorular sorulmuştur. Merkezin Resmi Gazetede yayınlanan yönetmelikteki adı ve varsa merkezin web sitesinde kullanılan adı da veri olarak kullanılmıştır.

Kariyer merkezleriyle ilgili önemli bir diğer husus, merkezin kuruluş tarihidir. Bu konuda da hem resmi belgeler hem de görüşmelerden elde edilen veriler kullanılarak kariyer merkezlerinin kuruluş tarihlerine ilişkin genel bilgiler derlenmiştir.

Tüm bu kaynaklardan elde edilen veriler kullanılarak, kariyer merkezlerinin adı ve kuruluş tarihleri konusunda elde edilen bulgular Tablo 2.'de sunulmuştur.

Tablo 2. Üniversite kariyer merkezlerinin adı ve kuruluş tarihleri

Üniversitenin Adı	Merkezin Adı	Merkezin Kısa Adı	Merkezin Kuruluş Yılı	Açıklama
Akdeniz Üniversitesi	Akdeniz Üniversitesi Girişimcilik ve İş Geliştirme ve Uygulama Merkezi	AKGİM	2007	-
Ankara Üniversitesi	İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Danışmanlığı Araştırma ve Uygulama Merkezi	İKDAM	2003	İKDAM 28 Mart 2003 tarihinde kurulmuş, ancak öğrencilere doğrudan hizmet sunan
Ankara Üniversitesi	Kariyer Merkezi	KARMER	2009	KARMER 2009 yılında hizmete başlamıştır.
Balıkesir Üniversitesi	Kariyer Geliştirme, Uygulama ve Araştırma Merkezi	BALIKESİR-KAGEM	2014	19 Ocak 2014 tarih gün ve 28887 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile kurulmuştur.
Boğaziçi Üniversitesi	Kariyer Merkezi	-	2009	2009 yılında kurulmuş olup, 2013 yılında üniversitede aktif olarak çalışmaya başlamıştır.
Dicle Üniversitesi	Kariyer Planlama, Uygulama ve Araştırma Merkezi-Kariyer Danışma Merkezi	KADAM	2010	5 Ekim 2011 tarih gün ve 28075 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile kurulmuştur.
Dokuz Eylül Üniversitesi	Kariyer Planlama ve Mezunlar ile İlişkiler Koordinatörlüğü	-	2011	4 Ekim 2011 tarihli ve 1359 sayılı Rektörlük oluruyla "Kariyer Planlama Koordinatörlüğü" adıyla kurulmuş, adı 27 Ocak 2015 tarihinde "Kariyer Planlama ve Mezunlarla İlişkiler Koordinatörlüğü" olarak değişmiştir.
Erciyes Üniversitesi	Kariyer Yönlendirme ve Bilgilendirme Merkezi	KAYBİMER	2003	06.02.2003 tarih gün ve 25016 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile kurulmuştur.
Erzurum Teknik Üniversitesi	Kariyer Planlama Uygulama ve Araştırma Merkezi	KARPAM	2012	31.03.2014 tarih gün ve 28958 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile kurulmuştur.
Gazi Üniversitesi	Kariyer Planlama Uygulama ve Araştırma Merkezi	-	2012	18.08.2010 tarihli ve 27676 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan yönetmelik ile kurulmuştur.
Hacettepe Üniversitesi	Kariyer Gelişimi Uygulama ve Araştırma Merkezi	KARMER	2014	3 Mart 2014 tarih ve 28930 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile kurulmuştur.
Hitit Üniversitesi	İş ve İnsan Kaynakları Merkezi	-	2013	-
İstanbul Üniversitesi	Kariyer Geliştirme Uygulama ve Araştırma Merkezi	İSTANBUL KAGEM	2010	27.09.2012 tarih ve 28424 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile kurulmuştur.

İstanbul Teknik Üniversitesi	Kariyer Merkezi	İKM	2013	1997-1998 yılları arasında İşletme Fakültesi'nde Kariyer Ofisi adı altında kurulmuştur. 2005 yılı itibariyle Rektörlük makamına bağlanıp, İİKM adını almıştır. 2013 yılında İTÜ Kariyer Merkezi adını alarak yeni bir yapılanmaya gidilmiştir.
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi	Kariyer Geliştirme Uygulama ve Araştırma Merkezi	İKÇÜ-KAGEM	2014	5 Haziran 2014 tarih ve 29021 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile kurulmuştur.
Karadeniz Teknik Üniversitesi	Kariyer Merkezi	-	2014	"Karadeniz Teknik Üniversitesi Kariyer Merkezi Yönergesi" ile hizmetlerini sürdürmektedir.
Namık Kemal Üniversitesi	Kariyer Uygulama ve Araştırma Merkezi	-	2013	08.10.2014 tarih ve 29139 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile kurulmuştur.
Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Kariyer Planlama Uygulama ve Araştırma Merkezi	UYGAR	2017	1999 yılında faaliyetlerine başlamış, 23 Mart 2017 tarih ve 30016 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile uygulama ve araştırma merkezi olmuştur.
Trakya Üniversitesi	Kariyer Uygulama ve Araştırma Merkezi	-	2014	31 Temmuz 2014 tarih ve 29074 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile kurulmuştur.
Uludağ Üniversitesi	Kariyer Uygulama ve Araştırma Merkezi	KARMER	2014	16 Mayıs 2014 tarih ve 29002 sayılı Resmi Gazetede yürürlüğe giren yönetmelik ile kurulmuştur.
Yıldız Teknik Üniversitesi	Öğrenci Rehberlik ve Kariyer Merkezi	ÖRKAM	2014	"Yıldız Teknik Üniversitesi Öğrenci Rehberlik ve Kariyer Merkezi (Örkam) Yönergesi" ile hizmetlerini sürdürmektedir.

3.1.1 Kariyer Merkezlerinin Adları

Üniversitelerde kariyer merkezi olarak hizmet sunan birimler çok farklı adlarla adlandırılmışlardır. Örneğin sadece kısaltmalarına bakıldığında, bu merkezlerin AKGİM, İKDAM, KARMER, KAGEM, KADAM, KAYBİMER, KARPAM, İKM, UYGAR ve ORKAM gibi farklı adlarla adlandırıldıkları görülmektedir. Merkezlerin adlarına da yansıyan bu farklılaşma, her bir kariyer merkezinin öncelik verdiği hizmet alanının veya işlevinin bir yansıması olabilir.

3.1.2 Kariyer Merkezlerinin Kuruluş Tarihleri

Üniversite kariyer merkezlerinin fiilen hizmet vermeye başladığı tarih ile merkezin Resmi Gazetede Yönetmeliğinin yayınlanması ile belirlenen resmi kuruluş tarihi birçok üniversitede aynı değildir. Bu husus, Tablo 1'de Açıklamalar sütununda belirtilmiştir. Kuşkusuz, merkezin kuruluş tarihi olarak Resmi Gazetede yönetmeliğinin yayınlandığı tarih esastır. Bununla birlikte bu araştırma kapsamında temel amaç üniversitelerde kariyer merkezlerinin hizmet vermeye ve işlevlerini yerine getirmeye başladığı tarihin belirlenmesi olduğundan, resmi kuruluş tarihinin yanı sıra işlevde bulunmaya başladığı tarihe referans verilmiştir. Bu durumda Türkiye'de devlet üniversiteleri arasında ilk kariyer merkezinin 1996 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesinde (ODTÜ) hizmet vermeye başladığı görülmektedir. Hemen ertesi yıl, yani 1997 yılında da İstanbul Teknik Üniversitesi kariyer merkezi faaliyete geçmiştir.

Bu araştırma kapsamında incelenen 20 devlet üniversitesinden 9'unda kariyer merkezi 2013 yılından önce kurulmuş veya hizmet sunmaya başlamıştır. Bu merkezlerin yarıdan fazlası ise (n=11) 2013 veya daha sonraki yıllarda kurulmuştur. Üniversitelerde kariyer merkezlerinin kurulmasında ve gelişmesinde 2013 yılı önemli bir dönüm noktasıdır. Zira 2013 yılında Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından üniversite kariyer merkezlerinin ele alındığı "Kariyer Merkezleri Toplantısı" düzenlenmiştir. Söz konusu toplantıda YÖK Başkanı bir konuşma yapmış, üniversite kariyer merkezlerinin işlevlerine dikkat çekilmiş ve bu merkezlerle ilgili farkındalık artırılmıştır. Sonrasında da üniversitelerde bu konuyla ilgilenen uzmanların bir araya geldikleri toplantılar düzenlenmeye, bilgi ve deneyimlerin yanı sıra iyi uygulamaların da paylaşıldığı toplantılar düzenlenmeye başlanmıştır.

3.1.3 Kariyer Merkezlerinin Yapısı

Üniversitelerde faaliyette bulunan kariyer merkezlerinin örgüt yapısı birbirinden farklıdır. Rektöre veya Rektör Yardımcısına bağlı bir Araştırma ve Uygulama Merkezi şeklinde

örgütlenmiş olabileceği gibi, bir Koordinatör yönetiminde faaliyette bulunan bir birim, Sağlık Kültür ve Spor Dairesi Başkanlığına bağlı bir birim, belli bir fakülteye (örneğin İktisat Fakültesi gibi) bağlı olarak faaliyet gösteren bir birim şeklinde örgütlenmiş olabilmektedir. Bununla birlikte en yaygın örgütlenme biçimi, kariyer merkezinin bir Araştırma ve Uygulama Merkezi olarak örgütlenmesidir. Genellikle Rektör Yardımcısına bağlı olan bu merkezler bir Merkez Müdürü tarafından yönetilmektedir. Merkez Müdürü genellikle üniversitenin kadrolu öğretim üyeleri arasından atanmaktadır. Merkezin bir Müdür Yardımcısı ve Yönetim Kurulu bulunmaktadır. Bazı merkezlerde Yönetim Kuruluna ek olarak Danışma Kurulu da bulunmaktadır. Merkezde uzman, sekreter, teknik eleman gibi farklı pozisyonlarda personel görev yapmaktadır. Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde merkezin yapısı hakkında bilgi verilirken şu tür ifadeler kullanılmaktadır:

> "*Merkezimizde merkez organları olarak merkez müdürü, yönetim kurulu bulunmakta ve bütün kararlarımızı, yapacağımız tüm faaliyetleri, ders dağıtımlarından tutun yapılacak tüm etkinliklerimizi yönetim kuruluna taşıyarak orada tartışarak geçiriyoruz. Aslında aynı anda yönetmeliğe uygun danışma kurulu görevini de yerine getirmiş oluyoruz…" (KM-1)*

> *"Organizasyon şemamız bizim bir müdür, merkez müdürümüz var merkez müdür yardımcımız var bir de yönetim kurulu oluşturuyoruz…".(KM-7)*

Bazı kariyer merkezleri (n=8) doğrudan Rektörlüğe bağlıdır ve aşağıdaki alıntıda da görüleceği gibi merkezde bir Müdür veya Koordinatör, uzman ve sekreter görev yapmaktadır.

> *"Bizim kendi içimizdeki organizasyon şeması koordinatör, uzman ve sekretaryayı yöneten bir ekip…" (KM-6)*

Görüşme yapılan bir kariyer merkezinin, üniversitenin Sağlık Kültür ve Spor Dairesi Başkanlığına bağlı olarak faaliyette bulunduğu tespit edilmiştir:

> *"SKS Daire Başkanlığına bağlıyız, bunun altında Birim Müdürümüz var, Birim Müdürünün altında da idari personel…"*

Başka bir merkezde (KM-14) ise müdür, müdür yardımcıları, yönetim kurulu ve danışma kuruluna ek olarak farklı birimler bulunmaktadır. Bu durum görüşmede şu şekilde ifade edilmiştir:

“Danışma kurulu, yönetim kurulu, müdür, müdür yardımcıları, kariyer yönlendirme birimi, eğitim planlama birimi, sosyal faaliyetler ve organizasyon birimi, insan kaynakları birimi…”

Kariyer merkezlerinden birinde (KM-4) merkez müdürü bulunmamaktadır. Bu merkezin yönetiminde, merkezden sorumlu bir Rektör Danışmanı görev yapmaktadır. Görüşme yapılan merkezde görevli uzman bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

“Rektör danışmanımız şu anda bizden sorumlu, bir koordinatörümüz vardı ayrıldı. Şu anda bir yöneticimiz yok. Hocamla birlikte yürütmeye çalışıyoruz diyelim…”

Başka bir kariyer merkezinde (KM-13) yönetim kurulunun yanı sıra 30 kişiden oluşan Merkez Danışma Kurulu bulunmaktadır. Ancak bu merkezin de yönetmelikte değişiklik yapmayı düşündüğü, danışma kuruluna temsilci verecek kurumların yönetmelikle belirleneceğini, bu yönde bir karar aldıklarını şu şekilde ifade etmişlerdir:

“Çoğunlukla üniversite dışından, İş ve İşçi Bulma Kurumu, Özel İstihdam Büroları Derneği diye düşünüyoruz. Sendikalar yine işveren sendikası, işçi sendikaları konfederasyonlar, bu şekilde yapılanmada bir değişiklik yapacağız…”

Yönetim Kurulu, kariyer merkezinin karar verme ve yürütme organı olmasına karşın bu işlevlerini ne ölçüde yerine getirebildiği konusunda farklı görüşler dile getirilmektedir. Bazı merkezlerde Yönetim Kurulunun bütün görev ve sorumluluklarının Merkez Müdürü tarafından üstlenildiği anlaşılmaktadır. Örneğin görüşme yapılan bir merkez müdürü (KM-19), Yönetim Kurulunun işlevsel olmadığına dikkat çekmektedir. Zira konuyla yeterince ilgili olmayan, bu görevi gönülsüz olarak kabul etmiş öğretim üyelerinin kariyer merkezi için vizyon belirlemede yetersiz kaldıklarını, hatta kariyer merkezinin önemini dahi yadsıdıklarını, dolayısıyla da merkezin çalışmalarına destek olmaktan ziyade köstek olduklarını ifade etmiştir. Aşağıda, merkez müdürünün kendi ifadesiyle aktarılan bu uyarılar ciddiye alınmalıdır:

“…işlevsel değil bence; sembolik kalıyor. Doğru Müdür Yardımcısının seçilmesi daha önemli. Ekip iyi kurulmalı… Yönetim Kurulu vizyon çizsin yeter; ona da istekli ve ilgili değiller… İmza atmak değil ki bu iş…” (KM19).

3.1.4 Kariyer Merkezi Yönetmeliği

Üniversitelerde kariyer merkezleri farklı adlarla faaliyet gösterseler de, birkaç merkez dışında çok büyük bir kısmının çalışma usul ve esaslarını belirleyen Yönetmelikleri Resmi Gazetede yayınlanmıştır. Araştırma kapsamındaki 20 devlet üniversitesinden 3'ünün Yönetmeliği yoktur.

> *"Benim bildiğim yok…" (KM-4)*

> *"Yok…" (KM-6)*

İşin ilginç yanı, görüşme yapılan bu merkezlerdeki görevlilerin bu durumu kendileri lehine bir durum olarak değerlendirmeleridir. Bu hususta bir merkez yöneticisinin yönergeye ihtiyaç duyulmadığına ilişkin değerlendirmeleri, bütçe imkanlarının yitirilmemesi bakımından gerekçelendirilmektedir:

> *"Yönerge insanı kısıtlıyor ben size söyleyeyim. Uygulama ve Araştırma bütçesi olacak, burada öyle bir şey olsa bizim buradaki rahatlığımız olmaz, bizim burada kendi bütçemiz var…" (KM-12)*

20 devlet üniversitesi içerisinde sadece üçünün yönetmelik ya da yönerge olmadan faaliyet gösterdiği bulgusu önemlidir. Diğer 17 kariyer merkezinin ise aşağıdaki ifadelerde de görüleceği gibi kendi yönetmeliği çerçevesinde faaliyetlerini sürdürdükleri anlaşılmaktadır:

> *"Var, yönetmeliğimiz var. Resmi gazetede yayımlanmasıyla birlikte merkezimiz kurulmuş oldu…" (KM-3)*

> *"Var. Yönetmeliğimiz var, web sayfasında da mevcut…" (KM-9)*

> *"Yönetmelik, uygulama, araştırma merkezi olduğumuz anda zaten resmi gazetede yayınlandı 2012 yılında…" (KM-13)*

3.1.5 Kariyer Merkezlerinin İşbirliği Yaptığı Kişiler ve Kuruluşlar

Kariyer hizmetleri çok yönlü ve disiplinler arası işbirliği gerektiren bir faaliyettir. Merkezin işlevlerini tam olarak yerine getirebilmesi için hem üniversite içindeki bazı birimlerle hem de üniversite dışında bazı kişi ve kuruluşlarla işbirliği yapması ve koordineli bir şekilde çalışmaları gerekir. Bu olgudan hareketle, araştırma kapsamında görüşme yapılan kariyer merkezi yöneticilerine ve çalışanlarına, üniversitenin diğer hangi birimleri ile işbirliği yaptıkları ve koordinasyon içinde çalıştıkları sorulmuştur. Veriler, tüm kariyer merkezlerinin fakülteler veya

meslek yüksekokulları ve SKS ile iletişim halinde bulundukları ve işbirliği yaptıkları anlaşılmaktadır:

> *"Dekanlıklar ve MYO Müdürlükleri yine yakın temas içinde olduğumuz birimler…" (KM-2)*

> *"Akademik birimler olarak Dekanlıklarla sürekli olarak irtibattayız. Onlarla iletişimizde bir sorunla karşılaşmıyoruz…" (KM-8)*

Bu soru ile elde edilen veriler, kariyer merkezlerinin faaliyetlerinde öğrenci topluluklarının ve bu topluluklarla yapılan işbirliğinin önemini de göstermiştir. Araştırma kapsamındaki 20 devlet üniversitesindeki kariyer merkezlerinden 6'sında kariyere dönük faaliyetlerin genellikle öğrenci kulüpleri üzerinden yürütüldüğü anlaşılmıştır.

Bazı fakültelerde o fakültede faaliyet gösteren kariyer kulüpleri bulunmaktadır. Kariyer merkezi de ilgili firmaların üniversiteye davet edilmesi, fuarların ve kariyer günlerinin düzenlenmesi gibi faaliyetleri bu kulüpler aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla kariyer merkezinin bu kulüplerle yakın temas içerisinde olması gerekmektedir:

> *"Bunun yanında öğrenci kulüplerini de biz yönlendiriyoruz. Kulüp başkanlarını, yöneticileri… Onlarla, öğrenci toplulukları ile iş birliği yapıyoruz…" (KM-5)*

> *"Bizim üniversitedeki faaliyetler yani kariyere dönük faaliyetler genellikle öğrenci kulüpleri üzerinden…" (KM-4)*

Kariyer merkezinin üniversitedeki öğrenci toplulukları ve kariyer kulüpleri ile işbirliği yapmasının önüne ciddi engeller çıkabilmektedir. Merkez yöneticileri ve çalışanları, merkez olarak öğrencilerden gelen her talebi karşılamaya çalıştıklarını vurgulamaktadırlar. Ancak öğrenci topluluklarının kariyer merkezi hakkında olumsuz düşüncelere sahip oldukları, zira daha önce öğrenci toplulukları tarafından gerçekleştirilen faaliyetlere artık kariyer merkezinin müdahil olduğunu, bu durumun da öğrenci topluluklarının faaliyet alanını kısıtladığını düşünmektedirler. Bu da bazı toplulukların kariyer merkezinin faaliyetlerini engelleyici davranışlar sergilemeleri ile sonuçlanabilmektedir. Aşağıda alıntılanan ifade bu durumu yansıtmaktadır:

> *"Öğrenci toplulukları, bu iş (kariyer günleri düzenlemek ve bu çerçevede üniversiteye davet edilen firmalarla sponsorluk anlaşması yapmak) ellerinden alınıp bize verilince protesto ettiler, katılım düştü." (KM19)*

Bu konuda yaşanan sorunları en aza indirmeyi başardıklarını vurgulayan bir diğer üniversitenin kariyer merkezi müdürü, öğrenci topluluklarıyla uzlaşmacı bir ortamın "sempatik ilişkiler" aracılığıyla sağlanabildiğini vurgulamaktadır:

> *"Kulüpler komisyonu üyesiyim ben. Bu önemli. Hepsiyle tanışıyorum. Bireysel irtibat çok işe yarıyor ..." (KM-11)*

Kariyer merkezlerinin işbirliği ve koordinasyon içerisinde faaliyette bulunduğu birimlerden biri de üniversitenin mezunlar derneğidir. Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde 4 üniversitede kariyer merkezinin Mezunlar Derneği ile koordineli bir şekilde çalıştığı tespit edilmiştir:

> "KM-9 *Mezunları, aktif olarak çalışan bir derneğimiz. Onlarla gerçekleştirdiğimiz faaliyetlerimiz var, hatta mezunlarımıza iş imkânı sağlama konusunda da bize yardımcı oluyorlar …"* (KM-9)

> "*Mezunlar Koordinatörlüğü ile ortaklaşa yürüttüğümüz bir Mentörlük Projesi var…" (KM-20)*

Üniversitenin diğer birimleriyle yapılacak olan işbirliğinin önündeki engellerden bir diğeri de, ilgili birimlerin de benzer konularda kurslar düzenlemesidir. Hangi birimlerin hangi konularda kurs veya seminer düzenleyebileceği konusunda belli bir anlayışın olmaması, işbirliğinin önünde bazen ciddi bir engel olabilmektedir. Aşağıdaki ifade bu durumu çok net yansıtmaktadır:

> *"Biz diyelim ki bir kariyer etkinliği çerçevesinde Sertifika programı yapabilir miyiz? Şimdi Sürekli Eğitim diyor ki mesela bu benim yetki alanıma giriyor örneğin. Yani orada çerçeve çok belli değil bu tarz birimlerle belki koordineli çalışılabilir ama biz bunu beceremedik…" (KM-5)*

3.1.6 Kariyer Merkezlerinin Kuruluş Süreci

İnsanların ortak ihtiyaçlarını karşılayacak mal veya hizmetleri üretmek için yeni toplumsal kurum ve kuruluşlar ya da mevcut kurum ve kuruluşlar içinde yeni birimler oluşturulur. Kurum veya birimin hangi ortak ihtiyaçları karşılamak amacıyla kurulduğu, kurulan birimin bu ihtiyaçları karşılamaya uygun bir yapıya sahip olup olmadığı, kurucuların vizyonu, üst yöneticilerin yaklaşımı, hangi kuruluşların örnek alındığı gibi pek çok faktör, yeni kurulan bir kurumun veya birimin etkililiğini büyük ölçüde belirler. Bu faktörler aynı zamanda söz konusu

birimin kuruluş aşamasında yaşanan deneyimlerin niteliğini ve kurucu kadronun karşılaşacağı güçlükleri de belirler. Tüm bu konularda elde edilecek bilgiler, ileride benzer kurumlar veya birimler -kariyer merkezleri- kurma girişiminde bulunanlar için yol gösterici olacaktır.

Bu alt başlık altında, 20 devlet üniversitesinin yöneticileri ve uzman çalışanları ile yapılan görüşmelerle elde edilen veriler sunulmuştur. Söz konusu veriler şu sorulara verilen cevaplar çerçevesinde düzenlenmiştir: 1) Üniversitenizde neden bir kariyer merkezi kurulmasına ihtiyaç duyuldu? 2) Kuruluş aşamasında model veya örnek aldığınız bir merkez oldu mu? 3) Üst yönetimin yaklaşımı nasıldı? 4) Kuruluş aşamasında deneyimlenen güçlükler neler olmuştur? (finansal, yönetsel, fiziksel, personel vb.), 5) Kuruluş aşamasında karşılaşılan zorluklar nelerdi veya ne tür zorluklar yaşandı?

3.1.7 Merkezin Kuruluş Gerekçesi

Bu araştırma kapsamında incelenen üniversite kariyer merkezlerinin kuruluş gerekçelerinden bazıları ortak, bazıları üniversitelere özgüdür. Yükseköğretim Kurulunun (YÖK) üniversitelerde kariyer merkezlerini ele aldığı bir toplantı düzenlemiş olması ve daha önce sözü edilen bu toplantıda kariyer merkezlerinin öneminin vurgulanmış olması, bir çok üniversitede kariyer merkezi kurma girişimine ivme kazandıran ortak bir faktör olmuştur. Öte yandan, bir Avrupa Birliği projesinden sağlanan destekle bir üniversitede kariyer merkezi kurulması ise belli bir üniversiteye özgü bir faktör olarak örnek verilebilir.

Bu araştırmada kariyer merkezinin kurulma gerekçesi veya hangi ihtiyaçla kariyer merkezinin kurulduğu konusunda farklı görüşler dile getirilmiştir. En sık ifade edilen gerekçe, öğrencilerin meslek seçmelerine yardımcı olmaktır. 20 devlet üniversitesi içerisinde 13 üniversite bu gerekçeyi farklı şekillerde ifade etmiştir. Başka bir ifade ile, görüşülen üniversite kariyer merkezlerinden 13'ü, öğrencilerin ilgi ve yeteneklerini belirleyerek ve akademik başarılarını da göz önünde bulundurarak meslek seçme konusunda doğru bir seçim yapmalarına yardım etmek amacıyla kurulduklarını bildirmiştir. Ek olarak üniversite öğrencilerine CV yazma, mülakat teknikleri, iş ve staj bulma yöntemleri konularında destek vermek amacı da kuruluş amaçları arasında sıklıkla idile getirilmiştir. Dolayısıyla, kariyer merkezleri öncelikle üniversitenin öğrenci ve mezunlarının kendi kişisel kariyer planlarını yapmalarına ve bu planlarını hayata geçirmelerine yardım etmek amacıyla kurulmuştur. İşgücü piyasasında yer alan meslekler ve iş olanakları hakkında güncel bilgiler edinmelerine destek olmak da diğer amaçları arasında sayılmaktadır:

"*Öğrencilerimiz mezuniyetlerinde, kariyerlerini nasıl planlayacakları konusunda açıkça bilgi sahibi değiller. Özellikle öğrencilere hem piyasayı tanıtmak için, firmalarla staj, iş imkânları sağlayabilme amacıyla kendi yetenekleri doğrultusunda kariyer planlarını yapma amacıyla kuruldu…" (KM-8)*

Bu araştırma kapsamında incelenen 20 üniversite kariyer merkezinden 3'ünün bir rapor ve proje sonucu kuruldukları tespit edilmiştir. Örneğin KM-7'deki kariyer merkezinin açılmasıyla ilgili ilk ihtiyaç 2004 yılında Avrupa Üniversiteler Birliği tarafından hazırlanan rapordan sonra ortaya çıkmıştır:

"Bu konudaki ilk ihtiyacın ortaya çıkışı Avrupa Üniversiteler Birliği tarafından üniversitemizi gözetim yapma, denetim yapmak üzerine buraya davet etmiştik. 2004 yılındaydı. Bir değerlendirme raporu hazırladık daha doğrusu kendi öz değerlendirme raporumuzu hazırladık, sunduk EUA'ya onlar daha sonra iki defa rutin denetim yaptılar nihai raporlarını yazdılar. Bu nihai raporu incelediğimizde 3 tane başlık vardı. Eksiklikler listesinin en tepesinde yer alıyor. Uluslararası ilişkilerin zayıf olması, kariyer faaliyetlerinin öğrenci ve akademik personel açısından yetersiz olduğu, böyle bir birimin bulunmadığı, mezunlarla iletişimin kopuk olduğu. Bunun üzerine Rektör Bey start verdi dedi ki "Bu üç birimle ilgili neler yapabiliriz, bu konuda farkındalığı olan üniversitelerle bir diyaloğa geçilsin bir ekip kuralım ve bu eksikliklerimizi hızla giderelim" dendi…"

KM-18 ise Trakya Kalkınma Ajansı ile birlikte yapılan proje sonucu ortaya çıkmıştır:

"*Trakya Kalkınma Ajansı ile ilgili bir proje yaptık üç tane üniversiteyle beraber. Projede bizim mekânımızı, mobilyalarımızı vs. o projeden karşıladık. Kırklareli Üniversitesi ve Tekirdağ'daki Namık Kemal Üniversitesi ile işbirliği içerisinde üç üniversitenin, ticaret ve sanayi odalarının, belediyelerin, İŞKUR'un ve valilik gibi ilgili birimlerin de beraberinde yapmış olduğumuz bir proje…"*

KM-16 ise yine Kalkınma Ajansının yürüttüğü bir projede Kırklareli Üniversitesi ve Edirne Üniversitesi ile birlikte paydaş olarak yer alarak kurulmuştur:

"Bizim en büyük avantajımız biz göreve başladığımızda AB'nin finanse ettiği Trakya Bölgesinde Çok Paydaşlı Kariyer Hizmetlerinin Verilmesi adlı Kalkınma Ajansının yürüttüğü bir projede Kırklareli Üniversitesi ve Edirne Üniversitesi ile birlikte paydaş olmamız, hizmet alıcısı olarak yer almamız. Bu proje bizim için avantaj oldu, çünkü kurulduk…"

KM-10 ve KM-15'de ise 2013 yılında YÖK'te yapılan toplantı sonucunda kariyer merkezlerinin kurulması konusunda alınan tavsiye kararı sonrası kariyer merkezi kurulmuştur:

> *"Dolayısıyla YÖK'ün tavsiyesiyle kurulduk.3 sene öncesiydi. 2014 yılı kuruluş tarihimiz dolayısıyla eylül ayı gibiydi YÖK'ün tavsiyesiyle kuruldu…" (KM-15)*

KM-4'ün kuruluş amaçlarından biri ise bu kategorilerden farklı olarak öğrenci kulüplerinin yaptıkları kariyer etkinliklerinde, aralarındaki iletişimsizlikten dolayı doğan eksiklikleri gidermek ve koordinasyonu sağlamak olmuştur:

> *"Dolayısıyla şirketlerle görüşmeler, yaptıkları faaliyetler kimi zaman birbiriyle örtüşebiliyor ve dolayısıyla oradaki verimliliği arttırmak anlamında; böyle bir eksiklik tespit edilmiş ve bu eksikliğin giderilmesi yönünde Kariyer Merkezi'nin böyle bir koordinasyonu da sağlayacak bir birim olarak ileride çalışması bekleniyor…"*

KM-11 ise kariyer merkezi kurulma gerekçesi olarak diğer üniversitelerden oldukça farklı bir hususu dile getirmektedir:

> *"Üniversite sayısı artınca, rekabet kızıştı öğrenciler arasında. Üniversitemizin öğrencilerini büyük üniversitelerin mezunlarına yaklaştırmak için kurduk" (KM-11).*

3.1.8 Kuruluş Aşamasında Örnek / Model Alınan Üniversiteler

Kuruluş aşamasında model alınan merkez olup olmadığını belirlemeye yönelik soruya 16 merkez 'evet' yanıtını vermiştir. Bazıları yurt dışındaki iyi uygulama örneklerine güvenerek modelleme yaptıklarını belirtirken, bu bilgilerin bir kısmının yöneticinin kendi yurt dışı deneyimi esnasında edinilmiş olduğu da ortaya çıkmaktadır:

> *"…Colorado Üniversitesi'nin Kariyer İrtibat Programı ile Toronto Üniversitesinin "Fakülteler düzeyinde kariyer merkezi modelini" incelemişler…" (KM-2)*

> *"İngiltere'de Manchester Üniversitesi'ne gittiğimden bahsetmiştim. Oradaki kariyer ofisinde çalışan sayısı yaklaşık 28'di diye hatırlıyorum…" (KM-6)*

> *"İlk iş olarak biz EUA'yı ziyaret ettik. Daha sonra Türkiye'deki uygulamaları, iyi örnekleri incelemeye başladık…" (KM-7)*

"KM-12 Üniversitesi kesinlikle bize abilik yaptı. Birebir çalışanlarıyla, hatta iki gün ayırdı bize, eğitim gibi bir şey aldık…" (KM-8)

Dört kariyer merkezi yöneticisi ise herhangi bir merkezin mevcut modelini temel almadıklarını hatta bazı hallerde işlerin 'el yordamıyla' yürütüldüğünü ifade etmişlerdir:

"Aslında doğrudan bir model almadık. Bizim en büyük avantajımız biz göreve başladığımızda Kalkınma Ajansının yürüttüğü bir projede Kırklareli Üniversitesi ve Edirne Üniversitesi ile birlikte paydaş olmamız, hizmet alıcısı olarak yer almamız…" (KM-16)

"İlk kurulan olduğu için sanmıyorum biz Okan hocanın anlattığı kadarıyla biliyoruz o da başka model olmadığı için el yordamıyla kuruldu…" (KM-17)

"Yok, zannetmiyorum. Başka bir alınmış örnek yok…" (KM-20)

"Model aldığımız o aşamada olmadı…" (KM-13)

Bununla birlikte, yurtdışındaki üniversiteleri örnek alan kariyer merkezlerinin bazıları kendi öğrencilerinin fazlalığından dolayı bu örneklerin kendi üniversitelerine model oluşturmak için etkin olmadığı kanısına varmışlardır:

"*Onlarda en büyük avantajları üniversitelerde, fakültelerde öğrenci sayıları çok azdı. Ufak bir grupla ilgileniyorlardı. Benim bir yılda mezun verdiğimi adam 10 yılda veriyor dolasıyla her bir öğrencisini yakinen takip edebiliyor…" (KM-7)*

KM-15 ise yurtdışındaki üniversite kariyer merkezleri yerine yurtiçindekileri örnek almasını nedenini şöyle açıklamıştır:

"*Dışarıdaki üniversitelere Harvard, MIT hatta diğerlerine de baktığınız zaman sonradan kurulan bir şey değil aslında üniversite misyonuyla başlayan bir şey ve devasa bir şey. Yurtdışında bir üniversite öğrencilerin 1 dakika durmasına izin vermeyecek şekilde bu merkezleri çalıştırıyor. Dolayısıyla ben bizim Türkiye koşullarında bir devlet üniversitesi olarak bunu yapamayacağımızı ilk yıllarda gördüm. Dolayısıyla onları referans almayı bıraktım. Biz Türkiye'de ne yapabiliriz. Hepsini inceledim, özellikle ODTÜ ve İTÜ'yü referans aldım…"*

3.1.9 Üst Yönetimin Desteği

Katılımcılara merkezin kuruluş aşamasında üst yönetimin yaklaşımı sorulduğunda, 20 kariyer merkezinin 18'inde üniversite üst yönetiminin kariyer merkezlerinin kuruluş aşamasında gerekli desteği verdiği tespit edilmiştir:

> *"Son derece olumlu hep bizi destekleyici işler. Bizim işlerimizi onlara danıştığımızda bizi destekliyorlar…" (KM-4)*

> *"Çok çok çok destekleyiciler yani bu işi bana önerdiklerinde ben dedi hocam dedi size her türlü desteğe hazırım dedi rektör yardımcısı biz ona bağlıyız sonsuz destekleri var yani her dediğim yapılıyor…" (KM-7)*

> *"Yönetim tamamen arkamızda. Zaten yönetim etkinlik yapmamızı istiyor…" (KM-8)*

Bununla birlikte, KM-3 ve KM-9 ilk başlarda üst yönetimin destek verdiğini; ancak bu desteğin giderek azaldığını belirtmişlerdir.

> *"Evet, merkezin kuruluş aşamasında bir teşrifat sağlandı. Yönetim merkezin kuruluşunda destek sağladı bir sorun yoktu. Ama sonrasında hiçbir desteği olmadı. Ne bir yönetim desteği ne de diğer akademik birimlerden…" (KM-3)*

> *"Ayrıca, yer sıkıntısı çok büyük sorundu. 6 ay boyunca hiç ofis yoktu. Yönetim önce destek veriyordu; ancak daha sonra bu desteği azaldı. Daha önce 3 kişiydik; ancak şimdi sadece ben çalışıyorum…" (KM-9)*

Yapılan görüşmeler sonucu üst yönetimin verdiği desteğin oldukça önemli olduğu ortaya çıkmıştır; çünkü fiziki yapının, ekipmanların ve personelin merkeze sağlanması üst yönetiminin desteğiyle olmaktadır. Dolayısıyla, kariyer merkezlerinin yapacakları faaliyetlerin çıktılarının verimli olması için üst yönetimin desteği şarttır.

> *"Rektörlüğün bu kariyer işini dert etmesi lazım kendine…birimin öğrencisine vaatleri olmalı… bunlar da üst yönetim desteğiyle yerine getirilebilir ancak…" (KM-9)*

Bununla birlikte rektörün desteklediği kişiyi kariyer merkezine yönetici olarak atamasının ötesinde bu kişinin alanında uzman, kariyer merkezini sahiplenerek özverili bir şekilde çalışacak kişiden seçilmesi gerekmektedir.

3.1.10 Karşılaşılan Güçlükler

Katılımcılara kuruluş aşamasında deneyimlenen güçlükler sorulduğunda, hepsinin kuruluş sürecindeki temel probleminin personel eksikliği ve yetersizliği olduğu ortaya çıkmıştır. Kariyer merkezlerinde, alanında yetkin, PDR uzmanı veya İK uzmanının görevlendirilmesi gerekirken, ya konu ile ilgili hiçbir bilgisi ve yetkinliği olmayan personel görevlendirilmiş ya da hiç personel verilmemiştir. Oysa iş ve meslek danışmanlığını icra edebilecek ve etkili iletişim sağlayabilecek nitelikte personelin istihdam edilmesi oldukça önemlidir:

> *"İlk kurulduğunda önerilen personel profili PDR ya da İK mezunu uzmanlarnıı tarif ediyordu ama merkeze ataması yapılan tek personel, "özelleştirme mağdurlarının yeniden istihdamı" çerçevesinde 35 yaşında muhasebeci ve kolluk görevlisi olarak 15 yıl çalışmış bir memur oldu. O da burada çalışmak istemedi zaten…" (KM-2)*

> *"Kuruluş aşamasında en büyük sıkıntımız personel sıkıntısıydı…" (KM-8)*

> *"İkinci bir güçlük durumu ise donanımlı personel bulamama sorunudur. Bu işleri takip edecek bir personel bulma sorunu yaşanmaktadır. Ekip problemi yaşıyoruz. Bana ait olmayan işleri de ben yapıyorum…" (KM-11)*

> *"Personel yetersizliğimiz vardı…" (KM-16)*

Buna ek olarak yaşanan ortak sıkıntılardan bir diğeri de mekan ve ekipman sağlama konuları olmuştur:

> *"Mekân talebine de hızlı bir yanıt alınamadı mesela. İçten bağlantılı 3 odadan oluşan bir alan ayrıldı nihayet ama bütün emek boşa gitti maalesef. Tandoğan'daki bu ofisimiz kısa bir süre sonra kapatıldı; Gölbaşına gönderildik. Eşyalar taşınmalardan perişan oldu; kullanamadan eskidi hepsi…" (KM-2)*

> *"Önce bir temel olarak benim karşılaştığım sıkıntı şuydu hem binayı oluşturacaksın hem yapıyı oluşturacaksın bunlar çok kolay değil…" (KM-19)*

Bunlar dışında üniversite kariyer merkezlerinin birebir yaşadıkları zorluklar şu şekilde ifade edilmiştir:

> *"YÖK bence keşke mevzuata da buna göre bir şeyler koysaydı. Kariyer merkezi kurun derken bunun şeyini de koysaydı. Üniversitelere bıraktı ama nasıl*

yapacağız. Şimdi düşünün ki bir öneride bulunuyorsunuz YÖK'ün yönlendirmesi lazım. Yönetim de bilmiyor ki neyin nasıl kurulacağını…" (KM-15)

"Yönetim merkezin kuruluşunda destek sağladı bir sorun yoktu. Ama sonrasında hiçbir desteği olmadı. Ne bir yönetim desteği ne de diğer akademik birimlerden. Açıkça söyleyeyim size, insanlar ilk esnada çok komik olarak bakıyorlar, öyle görüyorlar…" (KM-3)

Kuruluş aşamasında öğrenci kulüpleriyle kariyer merkezlerinin rollerinin çatışması ise KM-13'ün yaşadığı zorluklardandır:

"Öğrenciler her şeyi kendi kendilerine yapmaya alışmışlardı. İşte bir organizasyon düzenliyorlar o organizasyondan, öğrencilerden para toplanıyor, organizasyonu yapanlar paraları kendi ceplerine atıyorlar. Yani öğrenci topluluklarının her şeyi kafalarına göre yapma gibi faaliyetleri vardı; ama tabi bunları bir sisteme oturtmak gerekiyor. Kariyer merkezinin bir rolü olmalı, kariyer merkezi aracılığıyla yapmalılar, öğrenci para işine direkt bulaşmamalı…"

3.2 Merkezin Kısa ve Uzun Dönemli Hedefleri ve Beklentileri Karşılama Düzeyi

Bu bölümde katılımcılara aşağıda yer alan beş soru yöneltilmiştir. 1) Kariyer merkezinizin temel amaçları/hedefleri nelerdir? 2) Kısa ve uzun dönem hedefleri nelerdir? 3) Bu beklentilerinizden şu ana kadar ne kadarının karşılandığını düşünüyorsunuz? 4) Kariyer merkezinden beklentileriniz nelerdir? 5) Kariyer merkezini ne sıklıkla ziyaret ediyorsunuz?

Görüşülen kariyer merkezlerinin hepsinin temel hedeflerinin öğrencilerin kariyer planlama konusunda bilinçlenmelerini sağlamak olduğu görülmüştür. Dolayısıyla amaçları üniversitelerinde eğitim gören ve mezun olan öğrencilerinin bireysel olarak kendilerini tanımalarını sağlayarak, iş piyasasında kendilerine uygun doğru işlere yerleştirilmesini sağlamaktır. Bu kapsamda, firmalarla da öğrencileri bir araya getirecek etkinlikler düzenleyerek staj ile istihdam olanaklarının arttırılması da hedeflenmektedir.

"Öğrencilere kariyer hedefleri, bu hedeflere ulaşmasını kolaylaştırıcı özellikler ile zorlaştırıcı faktörleri ortaya çıkararak kariyer planlama konusunda destek vermektir. Ayrıca her yıl Nisan ve Mayıs aylarında düzenlediğimiz kariyer etkinlikleriyle de olabildiğince fazla öğrenciye ulaşmayı planlıyoruz ki bu öğrencileri daha kariyerlerinin başında bilinçlendirelim…" (KM-2)

“Kariyer merkezinin asıl amacı öğrencinin öğrenim gördüğü yıllarda kendisine ekstra nitelik kazandırabilecek, donanımlı hale getirebileceğimiz bir çeşit kariyer haritası, kariyer puanlaması yaparak kişiyi işini eline almış şekilde mezun etmek…” (KM-5)

“2019-2023 hedeflerimizi belirledik. İşte bunlar: Kariyer danışmanlığı, etkinliklerimiz, eğitimlerimiz…” (KM-13)

“En temel amacı, adı üstünde öğrencilerin, mezunların kariyerlerini çok geç kaldık biz demeden müdahale edip onları doğru bir şekilde yönlendirmek…” (KM-20)

Bu amaçlara ek olarak KM-17’nin ayrıca mezunları ile öğrencilerini bir araya getirecek, öğrencilerin hem bu kapsamda kariyer planlaması ile ilgili destek alabilecekleri hem de iş bulabilecekleri bir ağ platformu kurma amacı bulunmaktadır:

“Mezun ağı projemiz var aslında o baya ilginç olacak, gerçekleştirmek istediğimiz projeler arasında ODTÜ network diye, o bitmek üzere bir iki hafta içerisinde yayınlayacağız. İşte mentor programı olacak kariyer planlamayla ilgili, cv bırakma işleri, öğrenci arayanlar için özel bir kısım olacak onda da tüm mezunlara artı bölüm hocalarına yetki veriyoruz…”

KM-15 ise özellikle engelli öğrencilere yönelik çalışmaları olduğunu belirtmiştir:

“Engelli öğrencilerimizi hedeflediğimiz çalışmalar var bunun hazırlıkları bitmek üzere, hukuksal hak ve sorumlulukları bilgilendirmek aşamasıyla başlayıp onların işteki yeterliliklerini arttırabilecek neler yapabiliriz, yani onla ilgili çalışmaya başladık inşallah onu tamamlayacağız…”

Kariyer merkezlerinin yöneticilerine, beklentilerinin ne kadarının karşılandığı sorulmuştur. Görüşme yapılan 20 üniversiteden 17’si genellikle beklentilerinin karşılandığını belirtmekle birlikte bu ilerlemelerin oldukça yavaş ve yetersiz olduğunu vurgulamışlardır:

“Beklentilerin pek azı karşılandı desem hata yaparım. Yol alıyoruz ama bence çok minik adımlarla. Hala teknik işleri kotaracak yetkin bir destek elemanımız yok. Bir tek öğrencilerin daha çok buraya gelmesini istiyorduk. Bu beklentimiz de karşılandı artık. Farkındalık yükseldi. Merkezin tanınırlığı arttı…” (KM-2)

“Bunun tabii bir sınırı yok. Bu noktada çok şey yapılabilir. Bir metodumuz, bir yöntemimiz olduğu için bu kadar ilerledik aslında. Ama bu her şeyi yaptığımız

anlamına gelmiyor. 36 bin öğrencisi olan bir üniversiteyiz. Yaptığımız şeyler bütün öğrencilere dokunmak falan değil…" (KM-12)

"*…aday portalı oluşturduk bu evvelden beri var öğrenciler buraya kayıt oluyorlar aynı şekilde işverenler var firmalar istedikleri an iş ilanı açabiliyorlar, kayıtlı öğrenciler bu iş ilanlarını direkt görüyorlar ve bu iş ilanlarına başvurabiliyorlar. Biz bunu sağladık…" (KM-18)*

"…CV yazma, mülakat tekniklerini, iletişim teknikleri grup kariyer danışmanlığı halinde veriyoruz, verilmesi gereken hizmetlerden. Bizim ikinci eleman ihtiyacımızı proje kapsamında çalışan Özlem Hanım dolduruyordu. Bu beklentilerimizi karşılıyoruz. Tüm birimlere dönük seminerlerimizi bu dönem de vermeye devam ediyoruz…" (KM-16)

Görüşülen 20 üniversite kariyer merkezinden 3'ü ise beklentilerinin hiçbir şekilde karşılanmadığını belirtmiştir:

"Biz insan desteğini çok alamıyoruz. Personel desteği ve yönetim desteği" (KM-3)

"19 faaliyet alanımızdan şimdiye kadar en fazla 3 faaliyetimizi gerçekleştirdik…" (KM-11)

"Beklentimizden birisi uzman kadroydu, elde edemedik. İkinci beklentimiz İŞKUR'un yaptığı testleri satın almak istiyorduk ya da bize kullandırmasını talep ettik. Bunla ilgili yönetimin bir çabası oldu. Bakanlıktan geri çevirilince bir daha olmadı…" (KM-14)

Katılımcılara kariyer merkezinden beklentileri sorulduğunda hepsi önce personelin nitelik ve nicelik bakımından yetersiz olduğunu belirtmiş, buna bağlı olarak da kendi konusunda uzman personelin istihdam edilmesi yönündeki beklentilerini dile getirmişlerdir. Nitelikli ve yeterli sayıda personelin görevlendirilmesi tüm kariyer merkezlerinin ortak beklentisidir:

"Daha iyi araçlarımızın olması lazım, daha yetkin personel olması lazım… (KM-12)

"Devlet üniversitesinde idari kadroda eleman çok zor, nitelikli eleman bulmak…" (KM-10)

"Beklentimizden birisi uzman kadrosuydu, elde edemedik…" (KM-14)

“Burada sunum yapabilecek, merkezi iyi tanıtabilecek, iletişim becerisi gelişmiş, öğrencilerle iyi iletişim kurabilecek personele ihtiyaç var…” (KM-16)

Üstünde durulması gereken önemli bir husus, kariyer merkezinin düzenlediği etkinliklere öğrencilerin katılımının artırılması yönündeki beklentidir. Görüşme yapılan uzmanlar öğrencileri bilinçlendirmenin önemini vurgulamışlar, düzenlenen etkinliklere öğrencilerin katılımının ve talebinin az olduğunu belirterek bu konuda öğrencilerin bilinçsiz ve isteksiz olduğunu ifade etmişler, beklentilerinin bu öğrencileri kariyer planlama konusunda doğru yönlendirmek ve bilinçlendirmek olduğunu vurgulamışlardır:

“Ayrıca her yıl Nisan ve Mayıs aylarında düzenlediğimiz kariyer etkinlikleriyle de olabildiğince fazla öğrenciye ulaşmayı planlıyoruz ki bu öğrencileri daha kariyerlerinin başında bilinçlendirelim…” (KM-2)

“En büyük sıkıntım bu, öğrencinin bilinçlenmesi konusunda. Yeter ki katılım iyi olsun. Firmalar da bunu arıyor. İki ayağı da çekmek zorundayız. Onun için cezbedici şeyler yapmak zorundayız…” (KM-8)

“Yani öğrencilerimizi bilinçlendirmek en temel amacımız hani mezun olmadan önce. Mezun olmadan öğrencileri yönlendirmek, bilinçlendirmek amacımız bu…” (KM-9)

Bir diğer önemli beklenti de üniversite-sanayi işbirliğinin güçlendirilerek öğrencilerin ve mezunların staj ve iş olanaklarının artırılması yönündedir:

“Mezunlarımıza iş imkânı sağlayabilecek sanayi ile ilişki kurup sanayinin taleplerini ve buradaki bizim arzımızı birleştirebilecek bir rolün olmasını çok isterim…” (KM-7)

“…istihdamın kalitesi konusunda üniversiteler sanayiye çok destek olmalıyız. Bunun da ayağını kariyer merkezlerindeki projelerin hayata geçirilmesi ya da kariyer merkezlerinin iyi yönetilmesi ya da destek olunmasıyla ilgili olduğunu düşünüyorum. Çünkü farkındaysanız öğrenci istihdamıyla ilgili hiçbir birim yok...” (KM-3)

20 katılımcıdan 2’si, uygulamalı eğitimin yapılması konusundaki beklentilerinden bahsetmişlerdir:

“Lisans eğitimi alırken akademik hayatı devam edecekmiş gibi eğitim veriyoruz, atladığımız kısım bu. Akademik mecralarda uygulamaya bakmadıkları için lisans eğitiminde bunu atlıyoruz. Biz buna biraz uygulama katmak istiyoruz…” (KM-14)

“Trakya bölgesinde bir sürü fabrika var. Oradaki ilişkiler önemli. Hem eğitim öğretim açısından hem de öğrencilerimizi oralara kanalize etmek açısından. Hem de özel şirket bizden ne istiyor? Gerekirse müfredatlarımızı bu bağlamda değiştirmemiz gerekiyor… (KM-18)

Pek çok üniversitede kariyer merkezi yöneticileri aynı zamanda üniversitenin bir akademik biriminde görevli öğretim üyesidir. Dolayısıyla yöneticiler mesailerinin bir kısmını merkeze ayırmak durumunda kalmaktadırlar. Bu araştırma kapsamında yöneticilerin mesailerinin ne kadarını kariyer merkezine ayırdıkları da incelenmiştir. Kariyer merkezi yöneticileriyle yapılan görüşmelere göre yöneticilerin yarıdan fazlasının sıklıkla kariyer merkezinde bulunduğu, merkeze seyrek olarak uğradıklarını ve genelde fakültedeki ofislerinde bulunduklarını belirten yöneticiler ise farklı görevlerinin olması, ders yükünün fazla olması veya yerinin uzak olmasından dolayı merkeze seyrek gelebildiklerini ifade etmişlerdir.

“Açıkçası orada her ne kadar odamız da olsa bir müdür makamı olsa da doğrusu ayda bir ya gidiyorum ya gitmiyorum doğrusunu söylemek gerekirse…” (KM-5)

“Bu dönem ilk defa geldim. Kendimize zaman yaratmak konusunda sıkıntı yaşamaktayız…” (KM-11)

“Altı ayda bir geliyor. Ahmet hocanın yeri kampüste uzak, biz onunla telefonla, sosyal medyayla, e-postayla iletişim kuruyoruz…” (KM-20)

Merkeze görece daha çok gelen yöneticilerin, alanla yakından ilişkili konularda çalışan kişiler olduğu da dikkat çekicidir. Öte yandan müdür yardımcılarının etkin olduğu birimlerde işlerin daha verimli yürüdüğü de anlaşılmaktadır:

“*Haftada en az 2 gün. Ama her gün mutlaka telefonla haberleşiriz. Ben uğrayamasam da müdür yardımcısı Metin Hoca gelir…” (KM-2)*

“Şöyle şimdi benim en büyük şansım, fakülte odam burada, enstitü burada, merkez burada. Dolayısıyla yani her gün buradayım…” (KM-9)

“Her gün buradayım toplantılar dışında ya da şehir dışında değilsem hep buradayım…” (KM-17)

“Her gün geliyorum…” (KM-19)

Merkez yöneticisinin birimde erişilebilir olmamasının neredeyse alışılageldik bir hal aldığına işaret eden bu bulgular, idari pozisyonda bir birim yöneticisinin merkezde görevlendirilmesinin önemli olabileceğini düşündürmektedir.

3.3 Merkezin Güçlü ve Zayıf Yanları

Bu proje kapsamında temel amaçlardan biri, üniversite kariyer merkezlerinin durumunu betimlemek, diğer bir amaç da tek ve çok yerleşkeli üniversiteler için kariyer merkez modeli geliştirmektir. Özellikle bu ikinci amaç gereğince, üniversitelerdeki kariyer merkezlerinin üstün ve zayıf yanları hakkında veriler toplanmıştır. Aşağıda alt başlıklar halinde sunulan bu bulgular aynı zamanda bu proje kapsamında geliştirilen modeller için de önemli bir girdi oluşturmaktadır.

3.3.1 Merkezlerin Güçlü Yanları

Kariyer Merkezlerinin güçlü yanları sorgulandığında, her merkezin birbirinden farklı hususları vurguladığı görülmektedir (Bkz. Şekil 4.). Örneğin bir merkez yöneticisi, üniversiteleri derecelendiren kuruluşlar tarafından yapılan derecelendirmelerde başvurulan ölçütlerden birinin de **girişimcilik** olduğunu vurgulamakta ve Kariyer Merkezinin girişimcilik konusundaki faaliyetleri ile üniversitenin derecelendirme kuruluşlarından aldığı puana ciddi ölçüde katkıda bulunduğunu şu şekilde ifade etmektedir:

“Üniversiteler arası gelişmişlik endeksleri var. Orada beş tane ölçüt var. Bunlardan bir tanesi de girişimcilik. 2016 yılında üniversitemiz bu endeksler içerisinde en iyi puanı bizim girişimcilik merkezimiz alıyor. Yani diğer endeksler bizden daha aşağıda”. (KM-1)

Bazı üniversiteler en güçlü yanlarının aynı zamanda **merkez yöneticisi de olan uzman akademik personele sahip olmak** olduğunu ifade etmişlerdir. Bu görüşü de şu şekilde dile getirmişlerdir:

“Bence merkezin en güçlü yanı, merkezin yöneticiliğini de üstlenen hocaların tam da bu alanın uzmanı olması. Üç hoca da Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri

bölümünde görevliyiz. İşgücü piyasası, istihdam gibi konular bizim uzmanlık alanımız. Diğer bir hocamız da Psikolojik Danışma ve Rehberlik (PDR) alanında Profesör ve Kariyer Danışmanlığı konusunda uzman". (KM-2)

Yöneticilerin özelliklerini Kariyer merkezinin güçlü yanlarından biri olarak gören baka bir görüşmeci de bunu şu şekilde ifade etmektedir:

*"Buraya (Merkez Yöneticiliği görevine) Kariyer Merkezini tanıyan ve bilen kişiler görevlendiriliyor; merkezi tanımayan zaten gelmiyor. Bu yönden çok şanslıyız, görevlendirilen müdürlerimiz merkezle çok ilgililer ve istekli geliyorlar" (*KM-5*)*

Bazı Kariyer Merkezlerinde ise personelin uzmanlık alanından ziyade, **görevli personelin kişisel nitelikleri** öne çıkarılmaktadır. Örneğin merkezde görevli personelin her türlü olumsuz koşula rağmen yılgınlığa düşmeyerek çalışmalarına ısrarla devam ediyor olmaları o merkezin en güçlü yanı olarak şu şekilde dile getirilmiştir:

"Size biraz abartılı gelebilir ama bizim en güçlü yanımız, ben de dâhil olmak üzere merkezde görevli tüm personelin engellere karşı daima dik durabilmesini sağlayan bir inanca sahip olmaları. Yani ben bu noktada açıkça en güçlü yanımızın bu olduğunu düşünüyorum. Çok sıkıntıyla karşılaştık, çok engelle karşılaştık. Ama hepimizin içinde bu engelleri aşmak için çabalayan bir şey var. Bu yüzden ben bu noktada güçlü yanımızın bu olduğunu düşünüyorum. Önümüze çıkan engeller karşısında zorlanıyoruz, tamam artık bitti diyeceğimiz anda birkaç arkadaşımız diyor ki, şunu yapalım bunu yapalım. Bir anlamda bir hamleyle her şeyi unutuyoruz, her şeye yeniden başlıyoruz"

Merkezde görevli **personelin kişisel nitelikleri** görüşmeciler tarafından başka üniversiteler için değişik şekillerde dile getirilmiştir. Örneğin bir görüşmeci bunu şu şekilde ifade etmektedir:

"Nitelikli öğrencilerimizin olması ve bu öğrencilerin bursiyer olarak veya gönüllü olarak Kariyer Merkezinde görev almaları … Bu bizim güçlü yanlarımızdan biri. Ayrıca, mesela bir müdür yardımcımız var, … İşletme bölümünde asistan. Daha önce Profesör hocalarla çalıştık ama profesörlerin kendilerine ayıracak zamanı olmuyor, kariyer merkezine geliş-gidişi de çok sınırlı oluyordu. Bu sene asistan arkadaşlar görevli, hem onlar hem de görev alan öğrenciler çalışıyorlar… biz çalışanı tutuyoruz hocam" (KM-10).

Başka bir görüşmeci de çalışanlarının niteliğinin en güçlü yanları olduğunu şu şekilde dile getirmektedir:

> *"Güçlü olduğumuz yanımız; altyapımız, sağlam iki tane arkadaşımız konularında iyi yetişmiş elemanlar. Özellikle proje kapsamında eğitimlerini aldılar"* (KM-18).

Merkez çalışanlarının çalışmaya istekli oluşlarını ve motivasyonlarının yüksek olmasını merkezin güçlü yanları arasında gören başka bir yönetici bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

> *"Personelin, ben de dâhil, özverili çalışıyor olması ve sürekli gelişmeye açık önerilerle gelmeleri. Bunu bir veriye bağlamak ya da herhangi bir şeye bağlamak güç ama gerçekten farkı görüyorum ben. O kolileri beraber topluyorlar, işin hamallık kısmını beraber yapıyoruz, yani kolileri benim arabaya yüklüyoruz, arabadan indiriyoruz, bu şekilde hepimiz çalışıyoruz. Bence bu ölçülebilir bir şey değil ama en azından gözlemlenebilir bir şey. Her türlü maliyete de katlanıyorlar maddi manevi. Ben zorlamıyorum yani onları. Bakıyorum, gittikleri yerlerde çözüm üretmişler yani"*

Merkezin, **kısmi zamanlı öğrenci çalıştırabilme olanaklarına sahip olma**sı da güçlü yanlarından biri olarak görülebilmektedir:

> *"Finansal konuda bir sıkıntımız yok, finansal olarak kendi kendimize çok yeterliyiz. Bir güçlü olduğumuz nokta da açıkçası başarılı öğrencileri part time olarak çalıştırma şeyimiz var bu önemli yani çok iyi girişken öğrencilerimiz var"* (KM-19).

Üniversitenin mezunları bazı Kariyer Merkezlerinin en güçlü yanı olarak öne çıkarılmaktadır. **Mezunlarla kurulan iyi ilişkiler** ve mezunların Kariyer Merkezine sağladıkları destek, aşağıdaki alıntıda da görüleceği gibi bir merkezin en güçlü yanını oluşturabilmektedir.

> *Merkezin bence en güçlü tarafı muazzam bir mezun desteğinin varlığı. Hakikaten mezun desteği çok önemli. Özellikle Ankara Üniversitesi, İTÜ, ODTÜ gibi eski üniversitelerde bu tecrübeden çıkartılacak dersler var. Yani eğer mezunlarla iyi ilişkiler kurulursa bu ilişki Kariyer Ofisi'ni bir yerden bir yere götürmek anlamında çok yararlı olabilir. Bunu şiddetle tavsiye ederim. Dolayısıyla üniversitedeki Mezunlar Ofisi ve Kariyer Merkezi sıkı bir iş birliği yapmak zorunda. Ben aynı zamanda mezunlarla ilişkilerden sorumlu Rektör Danışmanı olduğum için bu ilişkiyi kolay tesis edebildim. Bizim mezunlarla düzenli toplantılarımız oluyor, mezun*

temsilcilerimiz var, birtakım etkinliklerimiz var, bu etkinlikler sırasındaki tanışıklıkların merkezin çalışmalarına çok büyük katkısı oluyor.

Merkezin **doğrudan öğrencilere hizmet veriyor olması** da güçlü yanları arasında görülmekte ve bu durum şu şekilde ifade edilmektedir:

"Merkezin güçlü yanı şu olabilir; öğrencilerin gelecek planlamasına doğrudan yardımcı olması hasebiyle öğrencilere dokunan bir tarafı var, bu durum merkezin güçlü yanı olabilir"

Merkezin bulunduğu yerin ulaşılabilirliği de merkezin üstün yanları arasında sayılmakta ve bu durum şu şekilde ifade edilmektedir:

"Üniversitede bir öğrenci aktivite merkezi var, Kariyer Merkezi olarak biz bu aktivite merkezinin hemen yanındayız, lokasyon olarak çok iyi bir yerdeyiz. Öğrencilerin yemeklerini yedikten sonra veya ders aralarında uğrayabilecekleri bir yerdeyiz. Bu bizim için bir avantaj, çok rahat ulaşılır bir yerdeyiz"

Merkezin bulunduğu yerin üniversitenin farklı akademik birimlerine ulaşımının kolay olmasını güçlü yanlarından biri olarak gören bir görüşmeci, bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

"Uzak olduğumuz hiçbir birim yok. Hatta uzakta Foça'da bizim yerleşkemiz var, orada 2 senedir kariyer günleri yapıyoruz. Çok faydalandılar, hatta rektör beye çok memnun olduklarına ve çok hizmet aldıklarına dair tebrik ve teşekkür yazısı yollamışlar. Torbalı'da da benzer bir etkinlik yaptık, uzak birimlere de ulaşıyoruz. Seferihisar'da da yaptık. Bu yıl da her birimi ziyaret ederek nelere ihtiyaç olduğunu yerinde görüp öyle gidiyoruz" (ETÜ)

Üniversite **üst yönetiminin merkeze yönelik destekleyici ve olumlu tutuma sahip olması** bazı görüşmeciler için merkezin en güçlü yanıdır. Bunu da şu şekilde dile getirmektedirler:

"Güçlü tarafı, üniversite üst yönetimin yaklaşımı. Belki siz bu çok mu önemli diyeceksiniz, evet çok önemli bir şey. Üst yönetimin bu işi kendine dert etmesi çok önemli. Bizim rektörlüğümüz bunu (Kariyer Merkezinin çalışmalarını) kendine dert edinmiş durumda ve buna çok önem atfediyor. Mesela "Mezun Kart", bizim bir sunumumuz neticesinde hemen hayata geçirilen bir proje. Yani rektör bey bunun maliyeti nedir diye sorma gereği bile duymadan bu iş olacak dedi. Dolayısıyla üst yönetimin desteği bu kadar önemli" (KM-9).

Yönetimin, merkezin güçlü yanlarından biri olduğunu başka görüşmeciler de şu şekilde ifade etmektedir:

> *"Kariyer merkezinin müdürümüz vasıtasıyla üniversite üst yönetimle ilişkileri çok iyi. Yani biz bir şey talep ettiğimiz zaman çok nadiren negatif geri dönüş alıyoruz, yani üst yönetime çok kolaylıkla ulaşabiliyoruz" (*KM-18*).*

> *"Tepe yönetimden sonuna kadar destek var, bu konuda hiçbir sıkıntı çekmedim. Rektörlükten bir şey istediğimiz zaman, örneğin görüşmek istediğimiz zaman, dekanlıktan bir şey istediğimiz zaman hemen yapalım hocam derler. Sağlık Kültür Daire Başkanlığından bir talebimiz olduğunda da mesela şu kadar part time öğrenci dediğimizde o desteği alıyoruz. Yönetim ilişkilerimiz kuvvetli, bu önemli mi bence önemli bir boyut"* (KM-19).

Öğretim üyeleri ile öğrenciler arasındaki iyi ilişkiler de bazı görüşmecilere göre merkezin güçlü yanlarından biridir. Bir görüşmeci bunu şu şekilde ifade etmektedir:

> *"Bir diğer nokta, bu üniversitede hoca-öğrenci iletişiminin ders dışında da devam ettiğini görüyorsunuz. Hangi fakülteye giderseniz gidin. Bunun da şöyle bir artısı var merkez açısından; öncelikle bir hocaya ulaşmak demek duyuru anlamında 50 öğrenciye ulaşmak demek. İkincisi de, öğrenci ne ister sorusunun cevabını almak açısından. Ben direkt öğrenci ne ister sorusunu öğrenciye sorduğum zaman öğrenci bana hemen açılmıyor, o duvarlar hemen inmiyor, biraz sohbet etmeniz gerekiyor. Ama hoca da hap gibi bilgi olabiliyor öğrencileriyle ilgili. Dolayısıyla algı ve bu işe adanmışlık bence bu merkezin şu anki en güçlü tarafı" (*KM-9*).*

Üniversitedeki **öğrenci toplulukları ile iyi ilişkiler** de merkezin güçlü yanlarından biri olarak dile getirilmektedir:

> "*Kariyer Merkezi, üniversitenin topluluklarıyla aktif bir biçimde iletişim durumunda ve birlikte çalışmalar yürütüyoruz. Onların yaptığı çalışmalara destek sağlıyoruz. Topluluklar bir faaliyet yapmayı düşündükleri zaman kariyer merkezini kendilerine yakın hissedip düşüncelerini bizimle paylaşıyor ve bize destek olur musunuz diye soruyorlar*"

Merkezin gerçekleştireceği etkinlikleri mühendislik yaklaşımıyla adeta birer proje olarak tasarladıklarını belirten ve bu projeleri ısrarla ve etkili bir biçimde savunarak ilgililere kabul

ettirdiklerini vurgulayan bir görüşmeci, üniversitenin tarihsel birikiminin de bunda rol oynadığını belirterek görüşlerini şu şekilde ifade etmektedir:

> *"Özgün bir modelimiz var … Yeni kurulan teknik üniversiteler bizi model alıyor ... Biz bir devlet üniversitesiyiz ama bu bizim için negatif bir duruma yol açmıyor. Devlet üniversitesi olmamıza rağmen Avrasya'nın en büyük etkinliğini yapıyoruz (Her yıl yapılan Kariyer Zirvesi kastediliyor). Bunu yapmak için de başı-sonu belli, amaçları net bir proje sunmak. Projemize inanıyor ve bize yol veriyorlar, hadi yapın diyorlar. … Evet, devlet üniversitelerinin bazı sorunları var ve YÖK bu yapıyı tam olarak tanımlayabilmiş değil. … Tamam, herkes yapsın ama burası 245 yıllık bir üniversite ve bunun getirdiği bazı artılar var … Kadro sorunlarını YÖK'te (üniversitenin kendine özgü özelliklerini vurgulayarak) çözdük… Çözüm odaklı çalışıyoruz, personel sorunum var diye dırlanmıyoruz"* (KM-12).

Merkezde görevli **personelin uyumlu bir ekip olarak çalışması**nı önemseyen ve bunu merkezin güçlü yanı olarak ifade eden bir görüşmeci, görüşünü şu şekilde ifade etmektedir:

> *"Burada şimdiye kadar uyumlu bir çalışma var … Ben (yönetici olarak) burada çalışanlara karşı otoriter davranmadım. Gerektiğinde birlikte çalıştık, mesela masa taşıdık hep birlikte ve ben müdürüm ya da ben hocayım demedim. Bunun kurum kültürü olarak benden sonra da devam etmesini isterim"* (KM-18).

Merkezin üniversite dışındaki kurum ve kuruluşlarla iyi ilişkiler içinde olması, güçlü yanlarından biri olarak görülmektedir.

> *"Kariyer merkezinin üniversite dışı kurumlarla ilişkisi çok iyi. Mesela İŞKUR'la çok iyi çalışmalar yapıyor. Bu konuda kariyer Merkezi olarak birlikte istihdam fuarı yapıyoruz 2 yıldır. Bu yıl üçüncüsünü yapacağız. Ticaret ve Sanayi Odası ile ilişkiler de çok iyi. Bu anlamda dış birimlerle ilişkilerin iyi olması kariyer merkezine pek çok avantaj sağlıyor"* (KM-18).



Şekil 4. Kariyer merkezlerinin güçlü yanları

3.3.2 Merkezlerin Zayıf Yanları

Kariyer merkezlerinin güçlü yanları hakkında olduğu gibi zayıf yanları hakkında da edinilecek bilgiler, bu proje kapsamında geliştirilmesi amaçlanan merkez modelleri için önemli bir girdi oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu araştırma kapsamında merkez yöneticilerine ve çalışanlarına, merkezin zayıf yanları sorulmuştur.

Görüşme yapılan uzman ve yöneticilerin birçoğu, kariyer merkezinin en zayıf yanının kendine ait bir **bütçesinin bulunmayışını** vurgulamıştır. Merkez olarak yapmayı planladıkları etkinlikler için çoğu zaman konuk davet etmenin bile sorun olduğu, konukların veya davetli konuşmacıların ulaşım ve konaklama giderlerini karşılayamadıklarını, bazı konuşmacılara ödenmesi gereken ücretlerin ödenemediğini ve bu yüzden etkinliklerden vazgeçmek zorunda

kaldıklarını, düzenlenen etkinliklerde katılımcılara küçük ikramlarda bulunacak kadar bile parasal kaynaklardan mahrum olduklarını, kimi zaman kırtasiye giderlerinin bile sorun oluşturduğunu farklı şekillerde dile getirmişlerdir. Görüşmelerde bu hususla ilgili ifadelerden bazıları aşağıda verilmiştir.

"Kariyer Merkezinin, konusunda uzman personelin hizmet verdiği birim olarak üniversitemizde Rektörlük uhdesinde bir hizmet ofisi olarak faaliyete geçirilmesi, bütçesinin olması yani ***mali bakımdan özerk bir niteliğe kavuşturulması*** *teklif edilmişse de üniversite üst yönetimine kabul ettirilememiştir. Açıkçası hala merkezimizin kendine ait bir bütçesi yoktur" (KM-2)*

Uyum haftasında (üniversiteye ilk kez kayıt yaptıran öğrencilere yönelik olarak üniversitenin açıldığı ilk hafta uygulanan Üniversite Yaşamına Uyum Programı sırasında) Kariyer Merkezi olarak öğrencilere kendimizi tanıtırken, üzerinde merkezin ambleminin bulunduğu ufak hediyeler (USB veya fincan gibi) dağıtabilsek mesela. Vakıf üniversiteleri neler neler veriyor öğrencilere. Bu nesil bu tür şeyleri önemsiyor, ***hiç olmazsa bir kalem verebilsek*** *…" (KM-2)*

Bu sene bir doktora öğrencimiz psikodrama ile kariyer danışmanlığı verdi öğrencilere. Bu etkinlik sırasında ***öğrencilere bir kuru pasta bile ikram edemedik bütçemiz olmadığı için****" (KM-2)*

"Devlet üniversitesi olmamızdan kaynaklanan birçok kısıtlarımız var. Çeşitli organizasyonlara ***katılım ücreti*** *ödeyip ödeyemeyeceğimizi, ödeyeceksek de ne kadar ödeyebileceğimizi rektörlükle konuşarak karar veriyoruz. Açıkçası çoğu zaman ben bunun pazarlığını yapıyorum, devlet üniversitesi olarak biz bu kadar katılım ücreti ödeyemeyiz diyorum, mesela katılım ücreti 5000 lira ise 1000 lira verebiliyoruz. Bizim bir de oraya götürdüğümüz personel ve onların masrafı var, bizim için zor yani"* (KM-6).

"Bize ait bir ***bütçe yok****. İdari ve mali işlerden destek alıyoruz. Alamadıklarımızı da sponsorlarla halletmeye çalışıyoruz"* (KM-8).

"Konuşmacıları İstanbul'dan belirledik diyorlar. ***Nereden alacağız parayı****? Uçak biletlerini bile farklı saatlere almışlar. Alfa kuşağı diyorlar ya bunlara. Her birine ayrı uçak saati, shuttle hizmeti istiyorlar. Bizde ne uçak ne shuttle parası var".*

*"Bir **defa finansal kaynak sıkıntısı** var. Bu zaman kadar kaynak sıkıntısı hissetmememizin sebebi, malum proje idi. Proje kapsamında tüm ihtiyaçlarımız karşılanıyor idi …. Ama artık dışarıdan bir uzman getirip seminer vermesini istediğimizde bir meblağ gündeme gelirse (3000-5000 TL. vb.) bunu karşılayacak durumda değiliz. Bu anlamda finansal sıkıntımız var"* (KM-18).

Merkezin faaliyetlerini rahatlıkla sürdürebilecek niteliklere sahip **uygun bir mekana sahip olmaması** da bazı görüşmeciler tarafından dile getirilen önemli bir zayıflık olarak göze çarpmaktadır. Bu durum görüşmecilerce şu şekilde ifade edilmektedir:

"Fiziksel mekan sıkıntısı var. Örnek vereyim: Dönemin başında biz peer advisor olarak her fakülteden bir öğrenci alıyoruz ve bu öğrencilere Ankara'daki kuruluşların İnsan Kaynaklarından önemli isimleri davet ederek onlara eğitim verdiriyoruz. Dönem içinde de onlara grup supervizyonu yapıyoruz akran görüşmeleri yaparken. İhtiyaç ortaya çıkarsa ek eğitimler aldırmaya devam ediyoruz. Bu çocuklar kariyer merkezine gelip örneğin bireysel görüşme yapacaklar WEB sayfamızdan online randevu alıyor öğrenci ve geliyor. Şimdi mesela burada çalışan bir arkadaşımız vardı, yan tarafta G. Hanım çalışıyor, öğrenci geldiğinde ne olacak? G hanım odayı boşaltmak için kalkacak, gidip kantinde bir çay içecek, görüşme yapılabilmesi için. Şu masada görüşme yapılıyor ama bildiğiniz gibi kariyer problemlerini özel yaşam problemlerinden ayıramıyorsunuz". (KM-2)

Sıklıkla dile getirilen bir diğer zayıf yan da **personel yetersizliği** ve mevcut personelin niteliğidir.

"En zayıf yönümüz personel eksikliğimiz. En zayıf yönümüz bu" (KM-3)

Üniversitenin diğer birimleriyle yeterince **koordinasyon sağlanamaması** da zayıf yanlardan biridir.

"Koordinasyon anlamında, kulüpleri derleyip toparlamak, yönlendirici olmak, gelin bakın beraber şunu yapalım, STK'ları da çağıralım, girişimcilik fuarları yapalım, bunlar hep benim aklımda olan şeylerdi. Bunların hiçbirisini yapamadık"

"Belki bizim üniversiteden kaynaklanan bir hadise ama genelde diğer üniversitelerde de aynı sıkıntı var. Sürekli Eğitim Merkezi, Yabancı Diller Yüksek Okulu, Kariyer Merkezi, Beden Eğitimi Bölümü, vb. bunlar kendileri birtakım kurslar

*düzenliyorlar ve bu kursların çerçevesi çok belli değil. Biz diyelim ki bir kariyer etkinliği çerçevesinde Sertifika Programı yapabilir miyiz? Şimdi Sürekli Eğitim Merkezi bu benim yetki alanıma giriyor diyor. Yani çerçeve çok belli değil, onun için üniversitedeki Sürekli Eğitim Merkezi olsun Yabancı Dil Yüksekokulu olsun üniversitenin diğer birimleriyle koordineli çalışılabilir ama biz bunu beceremedik" (*KM-5*).*

Bürokratik nedenlerle merkezin **orta ve uzun vadeli (örneğin yıllık) faaliyetler planlayamaması** ciddi bir zayıf yanı olarak ifade edilmektedir.

"Çeşitli toplantılarda dile getirdiğim bir husus var: Biz merkez olarak sene başında (mesela Eylül ayında) biz şu tarihlerde şu etkinlikleri yapacağız diyebilmeliyiz. Mesela 6 ay sonra şu fuarımız var diyebilmeliyiz. Ama bunu yapamıyoruz çünkü etkinliğe davet edeceğimiz kişiler 6 ay sonrası için randevu veremiyor, biz de planlama yapamıyoruz" (KM-18).

Merkezin, üniversitenin diğer birimleriyle (mesela Sürekli Eğitim Merkezi ile) veya Öğrenci Toplulukları ile zaman zaman **çıkar çatışması** yaşaması önemli bir zayıflık olarak görülmektedir.

"Kariyer Merkezi ilk kurulduğunda kariyer fuarlarının yapılması öğrenci topluluklarının elindeydi. Öğrenci toplulukları yapıyordu. Kariyer Merkezi kurulduktan sonra rektörlükçe kariyer fuarı yapma görevi kariyer merkezine veriliyor. Topluluklar bunu ilk etapta çok ciddi bir protesto ediyorlar. Mesela ilk kariyer fuarını bütün topluluklar protesto ediyor. Dolayısıyla katılım konusunda ciddi bir sıkıntı yaşanıyor" … "Kariyer merkezinin öğrenci toplulukları ile arasındaki mesafeyi iyi ayarlaması lazım. Öğrenci toplulukları kariyer merkezini kendi yetki ve görev alanlarına müdahale eden birim olarak görüyorlar, bunu aşmak çok zor" (KM-19).

Merkezin tanınırlığının düşük olması da zayıf yanlar arasında gösterilmektedir.

Tanınırlık konusunda daha fazla çalışma yapılmalı ama elimizdeki imkan da bu. Bilboard gibi böyle ışıklı panolar yapılması lazım öğrencilerin fark etmeleri için. Şimdi hepsinin elinde akıllı telefon var neredeyse, bu çocuklar kafasını kaldırıp yukarı bakmıyorlar. Afişler o kadar etkilemiyor onları ama sosyal medyada bir şey paylaşınca daha çok sayıda kişiye ulaşıyoruz" (KM-20).

Özel sektörle bağlantıların yetersizliği, bazı görüşmecilerce dile getirilen bir zayıflıktır. Görüşmelerde bu husus şu şekilde ifade edilmektedir:

> *"Özel sektörle bağlantıların daha güçlendirilmesi gerekiyor, bu bence önemli bir eksiklik. Bursa bir sanayi şehri, bu konuda iyi niyetli bir çabamız var ama bağlantılar yeterli değil. Özel sektörle olan bağın mutlaka güçlendirilmesi gerekiyor"* (KM-19).

Kariyer merkezinde göreve başlayan kişilerin bir süre sonra özel sektörde bir firma ile anlaşıp merkezden ayrılması ilginç bir sorun ve zayıflık olarak dile getirilmiştir. Bu da en azından iyi çalışan bazı kariyer merkezleri için personel devir hızının yüksek olması ile sonuçlanabilecektir.

> *"Biz üniversite olarak şöyle bir sorunla karşı karşıyayız (personel devir hızının yüksek olması): Buraya (kariyer merkezine) genç arkadaşları uzman olarak işe alıyoruz, bu arkadaşlar işi burada öğreniyorlar, sonra özel şirketler yaklaşık 1 yıl sonra bu arkadaşları kapıyorlar. Yani 1 sene ortalama süre" (KM-12).*

Kariyer merkezlerinin kişilere bağlı bir performans gösterdiği, henüz kurumsallaşamamak gibi bir zaaflarının olabileceği anlaşılmaktadır.

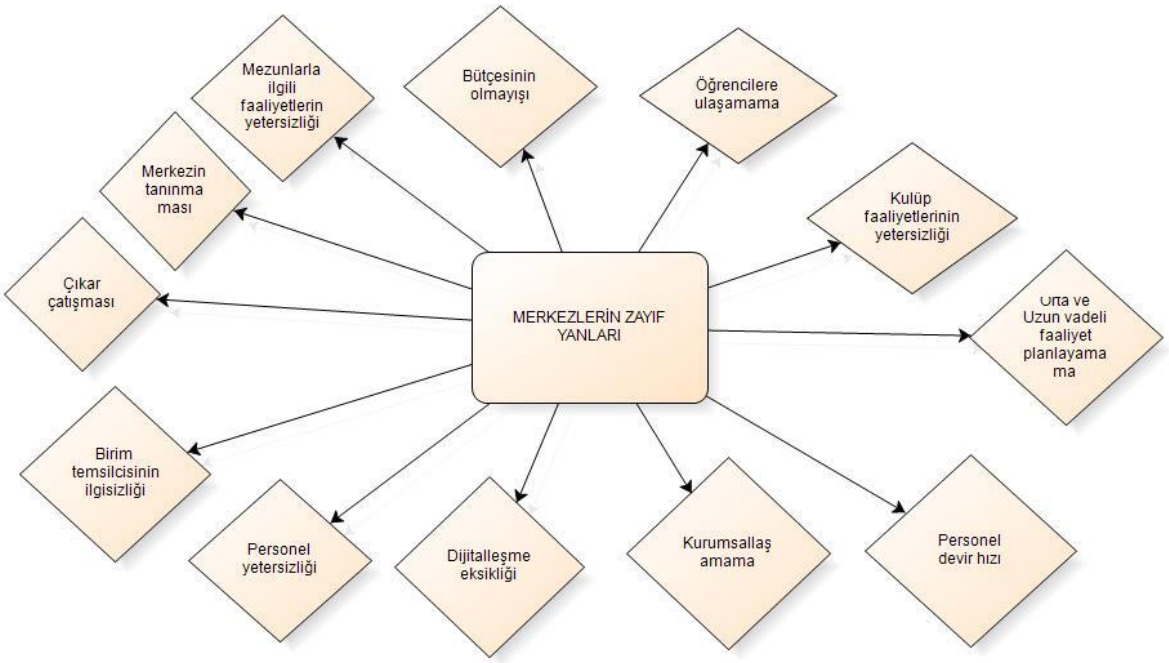
> *"Yaptığımız faaliyetlerde Rektör Bey arkamızda duruyor. Ama ileride bizim görevlerimiz değiştiğinde ne olacağını bilemiyoruz. Kariyer Merkezlerinin bir an önce* ***kurumsallaşması*** *lazım. Bunun için de mekan, eleman ve bütçelerinin olması lazım" (*KM-8*).*

Kariyer merkezleri üniversitenin akademik birimlerinde birer temsilci tespit ederek merkezin faaliyetlerini bu temsilcilerle işbirliği içerisinde planlamakta, bunlar aracılığıyla öğrencilere duyurulmakta ve katılım sağlanmaktadır. Ancak bazı görüşmeciler söz konusu temsilcilerin çalışmalarını yetersiz bularak bunun bir zaaf olduğunu dile getirmektedirler.

> *Temsilciler görevlerinin farkında bile değiller hatta merkezi unutmuşlar. Biz bunu hemen dekanlarımızla paylaşıyoruz, çok iyi çalışan temsilcilerimize ilişkin bilgileri de dekanlarımızla paylaşıyoruz. Yani merkezin çalışmalarına katkıda bulunanları da çalışmalara ilgi göstermeyenleri de bildiriyoruz. Gerekirse "hocam isterseniz değişiklik yapalım" diyerek kendisinden verim alamadığımızı, yararlanamadığımızı, mesela gönderdiğimiz afişi asmadığını ya da ilgili öğrencilerle irtibata geçmediğini, vb. usulüne uygun bir şekilde söylüyoruz"* (KM-6)

Katılımcılar tarafından farklı ifadelerle ve görüşmelerin farklı evrelerinde dile getirilen bu hususular gözden geçirildiğinde, merkezlerin zayıf yanları Şekil 1'de de gösterildiği gibi aşağıda maddeler halinde özetlenmiştir.

- Kendi bütçesinin olmaması
- Teknik bilgi ve teknolojik desteğe duyulan ihtiyaç
- Personel yetersizliği
- Personelin akademik ve yöneticilik görevlerinin çakışması
- Öğrenci kulüplerinin faaliyetlerinin yetersizliği
- Üniversitenin diğer birimleriyle koordinasyon sağlanamaması
- Dijitalleşeme eksikliği
- Merkezin yeterince tanınmaması
- Öğrencilere ulaşamama
- Birim temsilcilerinin ilgisizliği
- Öğrencilerin ilgisizliği/farkındalık eksikliği
- Kurumsallaşamama
- Mezunlarla ilgili faaliyetlerin yetersiz olması
- Personelin yoğun iş yükü
- Personel devir hızının yüksekliği
- Personelin hizmetiçi eğitimi
- Web sayfasının güncellenmemesi
- Bürokratik nedenlerle merkezin orta ve uzun vadeli (örneğin yıllık) faaliyetler planlayamaması
- Merkezin diğer birimlerle (örneğin bazı öğrenci topluluklarıyla) çıkar çatışması yaşaması
- Özel sektörle bağlantıların yetersizliği
- Özel gruplara (örneğin engellilere) ilişkin herhangi planlama, uygulama ve hizmet yürütülmemesi



Şekil 5. Kariyer merkezlerinin zayıf yanları

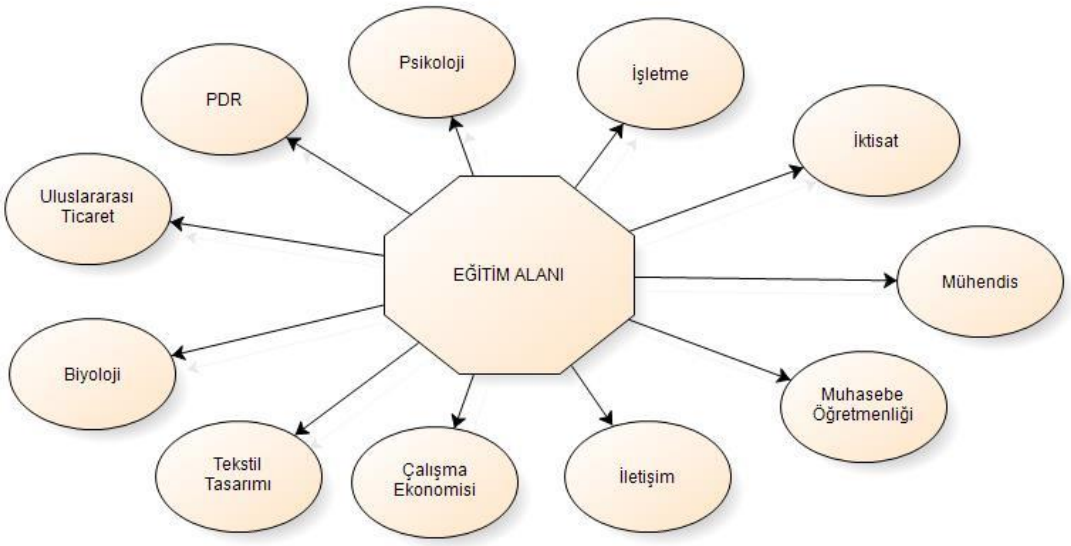
3.4 Personelin Nicelik ve Nitelik Durumu

Bu proje kapsamında, üniversite kariyer merkezlerinde görevli personelin öğrenim gördüğü alanlar ve öğrenim düzeyi incelenmiştir.

Halen devlet üniversitelerindeki kariyer merkezlerinde görev yapmakta olan personelin **Eğitim Düzeyi ve Alanları** incelendiğinde dikkat çeken ilk hususun, bu merkezlerde çalışmakta olan personelin çok farklı alanlarda lisans düzeyinde öğrenim görmüş kişiler olmasıdır. Dikkat çeken diğer bir husus da yine bu personelin önemli bir kısmının halen Yüksek Lisans veya Doktora eğitimine devam etmesi veya lisansüstü eğitimi tamamlamış olmasıdır.

Kariyer merkezlerinde görevli Personelin öğrenim gördüğü alanlar ve eğitim düzeyleri aşağıda listelenmiş ve Şekil 6.'da gösterilmiştir.

Lisans	**Lisansüstü (YL veya Dr)**
İşletme	İşletme Yüksek Lisans
İşletme	İşletme Doktora öğrencisi
İşletme	İnsan Kaynakları YL öğrencisi
İşletme	Uluslararası İlişkiler Yüksek Lisans
İşletme	Yönetim ve Organizasyon Doktora öğrencisi
İşletme	İktisat Doktora öğrencisi
İktisat	İktisat Doktora
Çalışma Ekonomisi	İnsan Kaynakları Yüksek Lisans
Mühendis	Elektrik Elektronik, Yönetim ve Org. Doktora öğrencisi
Mühendis	Kimya Doktora
İletişim	Reklamcılık Doktora öğrencisi
İletişim	Halkla İlişkiler
Psikoloji	Psikoloji Yüksek Lisans
Psikoloji	Psikoloji Yüksek Lisans
PDR	PDR Lisans
Biyoloj	Biyoloji Lisans
Uluslararası Ticaret ve Lojistik	-
Muhasebe Öğretmenliği	-
Tekstil Tasarımı	Ön Lisans



Şekil 6. Merkez çalışanlarının öğrenim gördüğü alanlar

Çalışanların öğrenim gördüğü alanlar ve düzeyi ile ilgili olarak, görüşmeciler kendilerini şu şekilde ifade etmişlerdir.

> *"Ben Bilkent Üniversitesi **İşletme Fakültesi mezunu**yum, daha sonra Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İşletme Bölümü'nde yüksek lisans yaptım. Şimdi de Ankara Üniversitesi İnsan Kaynakları Yönetimi **doktora programında eğitimime devam** etmekteyim" (KM-2)*

> *"Kısmi zamanlı öğrencilerimizden biri benim yüksek lisans öğrencim. Bizim bölümde yüksek lisans programı olmadığı için İşletme bölümünde yüksek lisans yapıyor"* (KM-18).

> "Ben … Üniversitesinde **Ekonometri** okudum, o bölümü yarıda bıraktım; oradan İktisada geçtim, **İktisattan** mezun oldum" (KM-5).

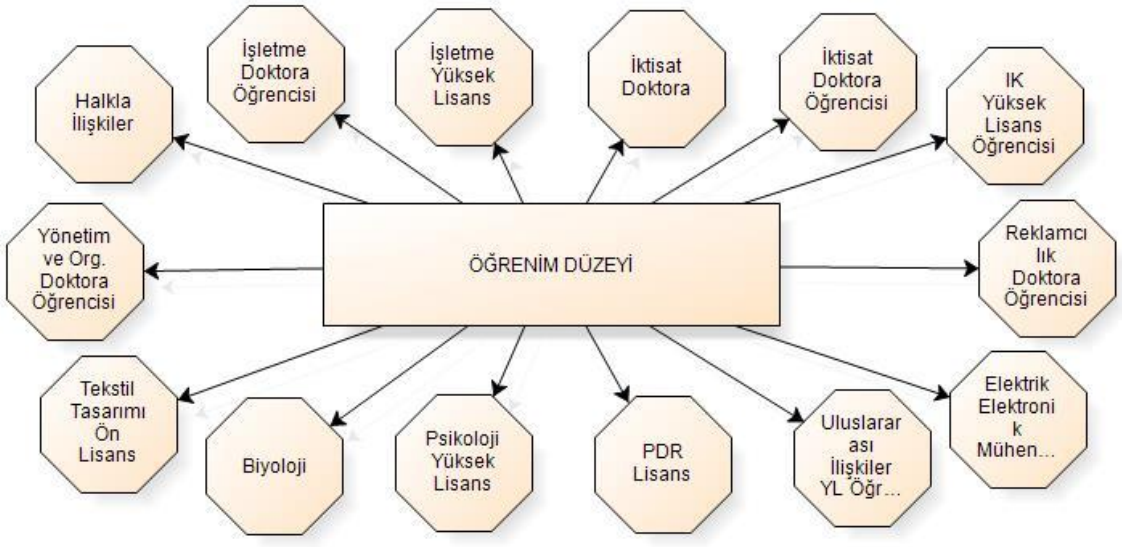
> *"Ben **iletişim** alanından mezunum. **Yüksek lisansım da reklamcılık üzerine.** Şuanda da yine **reklamcılık üzerine doktora yapıyorum"*** (KM-6)

> Halkla ilişkiler ve reklamcılık lisans, reklamcılık ve halkla ilişkiler yüksek lisans yaptım. **Doktora, reklamcılık alanında ama daha bitmedi"**

"Uzman kadrosundayım. **Elektrik Elektronik Mühendisliği** mezunuyum. Şu anda Yönetim ve Organizasyonda **doktora yapıyorum ve tez aşamasındayım"** (ETÜ)

*"Ben **işletme çıkışlıyım**, özel sektörde de tecrübem vardı, onlar da aslında öğrencilerle bir takım şeyleri konuşurken kariyer danışmanlığı esnasında bu deneyim ve tecrübeler o noktada faydalı oluyor. Yurtdışı deneyimim de var, insan kaynakları alanında çalışmıştım. İspanya'ya master için gittim, oradaki masterım pazarlama üzerineydi Burada da bir **masterım var, uluslararası işletmecilik** üzerine. Asıl alanım ise **uluslararası ilişkiler"*** (KM-10).

"*Bir kariyer uzmanı arkadaşımız daha var o doğum izninde şu anda. Onun mezuniyeti de işletme ve **işletmede doktora yapıyor şu anda, yönetim organizasyon alanında*****"*** (KM-13).



Şekil 7. Merkez çalışanlarının öğrenim düzeyi

Kariyer merkezlerinde hemen hemen her alanda öğrenim görmüş yönetici ve uzmanın görev yaptığı görülmektedir (Bkz. Şekil 7). Bu durum, kariyer merkezlerinde personel devir hızının neden fazla olduğunu açıklayabilir; farklı alanlarda öğrenim gören çalışanlar, ilk fırsatta kendi alanlarıyla ilgili bir pozisyona geçmek için Kariyer Merkezinden ayrılıyor olabilirler. Öte yandan bu bulgu kariyer merkezinde görev almak için belli bir alanda uzmanlaşmanın gerekmediği

şeklinde bir algıya da yol açabilir ki bu algı merkezlerin imajını ve etkililiğini olumsuz yönde etkileyebilir.

Kariyer merkezlerinde görevlendirilen personelin çoğunlukla yaptığı işle uyumsuz olan kadrolardaki memurlar olduğu; nadiren uzman kadrosuna atanmış kişilerin merkezlerde görevlendirilme şansı bulunduğu; bu uzman kadrolu elemanların da genellikle kariyer planlama ve işgücü piyasası dinamikleri dışında kalan bilim dallarına hakim oldukları da belirtilmelidir. Bu durum, personel hareketliliği sorununa zemin hazırlamaktadır; zira memur kadrosunda uzman kadrosu görevlerini yerine getirmesi beklenen çalışanlar, gerek itibarsızlık gerek maaş düşüklüğü gerekçeleriyle ilk fırsatta görev yeri değişikliği talep etmektedirler ve bu eğilim hatırı sayılır ölçüde 'kurumsal hafıza kaybının' sebebi olmaktadır:

> *"..Bizim için özlük hakları da önemli ama 'titr' de önemli… Bu öğrenciler için dediğim bir şey değil; hocalar küçümsüyor beni mesela. Kadrom tekniker, çünkü mühendisim. Ama hoca tekniker olduğumu görünce ne alaka diyor; küçümsüyor…" (KM-16)*

Üstelik çalışanların merkezin etkinlik alanı için herhangi bir eğitim almamış olması, hizmet kalitesini de tehdit edici bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır:

> *"Atandım ve hiç bilmediğim bir yerde hiç bilmediğim bir işi yapmam beklendi. Avantajım öğrenci işlerini bilmemdi.." (KM-16)*

> *"İnsan Kaynakları konusunda bilgili ve tecrübeli birinin burada olması çok önemli… Felsefe bölüm sekreterinden yapamayacağı işleri beklerseniz, olmaz…" (KM-4)*

3.5 Merkezlerin Fiziksel Yapısı, Donanımı ve Kaynakları

Kariyer merkezlerinin halen üniversite içerisinde nasıl bir mekanda hizmet verdikleri, binanın fiziksel özellikleri ve olanakları, merkezin öğrenciler ve paydaşlar tarafından algılanış biçimini ve elbette sunulan hizmetin niteliğini etkiler. Bu araştırmada görüşmecilere kariyer merkezinin yeri ve sahip olduğu fiziksel olanaklarla ilgili sorular sorulmuş, ek olarak da araştırmacılar tarafından yerinde yapılan gözlemlerle bu konuda veriler toplanmıştır.

3.5.1 Kariyer Merkezlerinin Mekânı

Üniversite kariyer merkezleri birbirinden oldukça farklı mekanlarda faaliyetlerini sürdürmekte ve hizmet vermektedir. Görüşme yapılan kariyer merkezleri, sahip oldukları mekan açısından incelendiklerinde en az üç farklı tipte yapı ile karşılaşılmaktadır.

1. Bazı kariyer merkezleri sadece bir odada ve hatta üniversitenin başka bir birimiyle (mesela engelsiz üniversite birimiyle) paylaşılan tek bir odada faaliyetlerini sürdürmektedir. Aşağıdaki alıntılar bu kategori için örnek verilebilir.

"Evet, merkez bir odadan oluşuyor, şu an yeterli bizim için" (KM-3)

*"Rektörlük binasında bir ofisimiz var" (*KM-8*)*

"Üç birimin ortak kullandığı bir alan var. şu anda yeteli ama ileriki zamanlarda yetersiz olabilir" (KM-11)

"Ayrı bir oda yok. Personel burada oturuyor … Belki ilerleyen zamanlarda bir genişlememiz söz konusu olabilir" (KM-15)

*"Fiziksel mekan sıkıntısı var … Yönetime ne diyeyim. Her seferinde bize yer ver diyoruz. Bazen tamam diyor, bazen yok diyor. Bütün merkezler çok önemli. Herkes yer istiyor. Yer yok" (*KM-10*).*

2. Bazı merkezler fiziksel mekan açısından oldukça iyi durumdalar. Yönetici ve uzmanlar için ayrı odalara ek olarak bireysel görüşme odası ve konferans veya seminer salonu gibi birden fazla bağımsız birimde faaliyetlerini sürdürmektedir. Aşağıdaki alıntılar bu kategori için örnek verilebilir.

*"Kendine ait bir fiziksel mekanı bulunmakta mıdır evet bulunmaktadır. Fiziksel mekan olarak bu binamız ve yan binamız var" (*KM-13*).*

"Fiziki olarak yaşam merkezindeyiz. Ofisimiz en az 5-6 kişinin çalışabileceği büyüklükte. Masa, sandalye her türlü donanımımız var. Bu odanın dışında yan tarafta bir müdür odası var. Ben sık gelmediğim için bireysel görüşmeler o odada yapılıyor. Alt katta grup seminerlerinin verildiği 47 kişilik çok amaçlı eğitim salonumuz var. Yan tarafta proje kapsamında kariyer merkezine tahsil edilen 30 kişilik bilgisayar laboratuvarımız var. Bu durumda merkeze bağlı dört ayrı mekan var" (Tekirdağ).

3. Yukarıda betimlenen iki kategoriye de girmeyen, henüz oluşum veya geçiş döneminde olan bazı merkezler, faaliyetlerini bir veya birden fazla mekanda geçici olarak sürdürmektedir. Bu merkezler üniversite üst yönetiminin kendileri hakkında verecekleri karara bağlı olarak veya kendilerine vaad edilen ama henüz zamanı gelmediği için bekleme pozisyonunda olan merkezlerdir. Aşağıdaki alıntılar bu kategori için örnek verilebilir.

"Yerimiz İŞKUR ofisinin olduğu yer, yani biraz önce geçerken gördüğünüz yer. Ama şimdi yeni yerimiz hazırlanıyor. Rektörlük binasında olacak, bize özel bir yer olacak. Dolayısıyla orada farklı bir yapı olacak. Orada birkaç ofis olacak. Yönetici odası, sekreter odası, çalışan odası, öğrencilerle görüşme odası gibi bir yapı olacak. Personel de gelecek o zaman, öyle ümit ediyoruz" (KM-9)

"Mekansal değişikliklerimiz oldu ama en fazla kaldığımız yer burası. Şu anda merkezimiz 3 tane ofis odasından oluşuyor" (KM-14)

*"Ofis sayımız aslında yeterliydi. Üst kattaki koridordaki tüm ofislerin tamamı bize tahsis edilmişti. Daha sonra mediko-sosyal biriminin yeniden yapılanma sürecinde bir alt kattaki 5 ofis bizim için donatıldı, birim oraya taşınacaktı. Ama ne oldu nasıl oldu anlamadım, bir gün ofise geldiğimde tarımla ilgili bir merkeze vermişler. Bizim ofisteki evrakları, taşıyacağımız eşyaları falan bir köşeye koymuşlar. Gittim onları buldum. Yani haberim bile olmadı, bana haber bile verilmedi. O birimin fiziksel mekanı hiç yokmuş. Bize, "En azından dekanlık size o koridorun tamamını tahsis etmiş, sizin bir yeriniz var. Şimdilik burada kalmanız gerekiyor dediler. Bu yeni araştırma merkezine yeni bir yer ayarlanıncaya kadar burayı onlara tahsis ettik dediler, öylece kaldık" (*KM-7).

3.5.2 Mekânın Büyüklüğü, Uygunluğu ve Konumu

Kariyer merkezlerinin gerektiğinde bireysel danışmanlık hizmeti sunarken veya kişisel görüşme yaparken kullanabileceği bir mekana veya iyi yalıtılmış bağımsız bir birime sahip olması önemlidir. Bazı kariyer merkezleri bu olanağa sahipken bazı merkezler bu açıdan uygun olmayan koşullarda faaliyetlerini sürdürmektedirler. Aşağıdaki alıntılar bu durumu yansıtmaktadır.

"Hocamıza veya uzman arkadaşlarımıza özel görüşme yapacağı bir öğrenci veya ziyaretçi geldiği zaman biz bardağımızı alıp odadan çıkıyoruz, öğrencimizi

bunaltmıyoruz, kalabalık ortamda görüşmek zorunda bırakmıyoruz yani öğrencimizi"

Bazı merkezlerde mekanlar üniversitenin diğer birimleriyle ortak kullanılmaktadır. Özellikle eğitim ve seminerler için salonlar bu şekilde ortaklaşa kullanılabilmektedir.

"Binanın içerisinde bir eğitim ve toplantı salonu oluşturduk. Bu binada ayrıca enstitülerin konferans salonları da var, onlarla da bir anlaşmamız var, boş olduğu saatlerde bu salonları bize tahsis ediyorlar" (KM-1)

*"Yaklaşık 100 metrekarelik bir ofisimiz var … Üniversitenin Öğrenci İşlerinin de bulunduğu Öğrenci Yaşam Merkezi denen bu binanın bu katı komple bizim kullanımımıza açık. Bu katta iki tane seminer salonumuz, bir tane bilgisayar odamız var, laboratuvarımız var, toplantı salonumuz var … Bu binada konferans salonları var … Üst katta 20 kişilik bir toplantı salonu var" (*KM-5*)*

*Öğrenci Yaşam Merkezi yeni yapıldı, binanın daha ancak yarısı aktif kullanılıyor. Burada alışveriş merkezleri açılacak. Bizim burada olmamız çok faydalı çünkü tüm öğrenciler ister istemez buraya gelecek zaten. Bu da erişimimizi kolaylaştıracak. Zaten Öğrenci Yaşam Merkezi herkesin kolayca ulaşabilecekleri bir yerde. Böyle yerlerin her üniversitede olması lazım" (*KM-5*).*

"Bekleme salonumuz var, Merkez Müdürümüzün odası var, toplantı odamız var, kariyer danışmanımızın odası var bir de öğretim görevlisi ve kısmi zamanlı çalışan öğrencilerimizin kullandıkları ortak bir çalışma alanı var … Yani merkezimiz üç oda bir salon ve bir de bekleme odası şeklinde … Merkezin bulunduğu bu binada birden fazla seminer ve konferans salonu var, bu salonlar genellikle Sürekli Eğitim Merkezi tarafından kullanılıyor ama gerektiğinde biz de merkez olarak kullanabiliyoruz" (KM-2)

"Yerimiz güzel ve ferah; tabi ki bazı sıkıntılar vardı ama giderildi. Örneğin ısınma problemimiz vardı o giderildi. Bilgisayarlarımız yenilendi en son" (KM-2)

"Bu katta birden fazla birim var, Kariyer Merkezi de buraya taşınan dördüncü birim oldu. Bu katta iki eğitim salonu, bir bilgisayar salonu, iki toplantı salonu var. Biri İŞKUR'a verildi, orayı ortak kullanıyoruz, herhangi bir kısıtlama yok. Bunun dışında da O. T. Kültür Merkezinden istediğimiz zaman yer sağlıyoruz" (KTÜ)

"Kariyer merkezi olarak bizim yerimiz Yaşam Merkezi binasındayız. Ofisimiz de en az 5-6 kişinin çalışabileceği büyüklükte. Masa, sandalye ve her türlü donanımımız var. Bu odanın dışında yan tarafta bir müdür odası var. Ben sık gelmediğim için bireysel görüşmeler o odada yapılıyor. Alt katta grup seminerlerinin verildiği 47 kişilik çok amaçlı eğitim salonumuz var. Yan tarafta proje kapsamında kariyer merkezine tahsil edilen 30 kişilik bilgisayar laboratuvarımız var. Yani bu durumda merkeze bağlı dört ayrı mekanımız var demektir. Bunların hepsi proje kapsamında sağlandı. Üniversite üst yönetiminin desteği ile Yaşam Merkezi içinde yer verildi, donanımımızı da projeden sağladık" (KM-16).

Merkezin fiziksel mekanının uygunluğu veya mekanın büyüklüğü ve yeterli olup olmadığı, merkezin faaliyetlerinin yoğunluğu ile de ilişkilidir. Faaliyetleri daha az olan bir merkez için daha küçük bir mekan bile yeterli görülebilmektedir.

"Aslında bu mekan sadece bize aitti ama Beşiktaş Kampüsü boşaltılacağı zaman bazı birimler buraya geldi, bunlara ofis hazırlanması gerekiyordu. Mesela Engelliler Birimi ve Psikolojik Danışmanlık Birimi bizim yanımıza (bizim ofisimize) geldiler. Yoksa daha önce biz çok rahattık, yan odada görüşme yapabiliyorduk. Yine burası da çok gürültülü bir ortam değil zaten" (KM-20).

"Merkez bir odadan oluşuyor, şu an yeterli bizim için" (KM-3)

"Merkezin mekanı 5 oda, yaklaşık 150 metrekare. Bir de mezunlar ofisi var … *1 toplantı salonumuz var 15 kişi alır herhalde. Eğitim salonumuz var o da 25 kişi alıyor, çok zorlarsak 30'a çıkabiliyor sandalyelerle*" (KM-6)

Merkezler zaman içerisinde sahip oldukları mekanı daha uygun hale getirebilmektedir. Bu konuda merkez yöneticilerinin yaklaşımı ve merkezin faaliyetlerinin yoğunluğu belirleyici olabilmektedir.

"Biz geçen sene buraya taşındık. Bir tadilattan geçti. Şu anki ofis çok iyi açıkçası. Ondan önceki daha küçüktü metrekare olarak" (KM-4)

"Mekanımız bence gayet makul, geçen dönem renöve ettik, birkaç ay evvel tamamlandı. İki tane toplantı salonumuz veya mekanımız var. Mekansal olarak bence gayet yeterli" (KM-4)

"Mekanımız yeterli. Bireysel görüşmelerde toplantı odasını kullanıyoruz, ama belki bir iki görüşme odası olsa daha iyi olur. Burası merkezi derslik, yukarıda küçüklü

büyüklü amfilerimiz var, onları da kullanabiliyoruz. Şikayet etmiyoruz, daha önce başka yerdeydi bu birim. Biz her türlü etkinlik için sayıya göre mekan bulma imkânımız var yani" (KM-12).

Kuşkusuz, merkezin şimdiki halinin geçici olduğunu ve pek de uygun olmayan mevcut koşulların düzelmesini bekleyen kariyer merkezleri de vardır.

*"Şimdilik 15-20 metrekare bir oda, aydınlatması da iyi değil … mekan olarak yetersiz, gürültü var, bu sesler koridordan geçenlerin sesi. Burada bireysel görüşme odası da yok ancak yeni yerimize taşındığımızda bunların hepsi iyi olacak" (*KM-9*).*

"Bence mekan olarak uygun ama ses yalıtımı açısından sıkıntı var. Eğer kariyer merkezi başka birimlerle bitişik binalarda yapılacaksa ses yalıtımının çok iyi yapılması gerekiyor. Mesela yan taraf yemekhane ise veya yemek yeniyorsa ya da yan tarafta müzik açtığında sorun oluyor" (KM-19).

Kariyer Merkezinin bulunduğu yer ya da kampüs içerisindeki konumu, merkezin tanınırlığı ve erişilebilirliği başta olmak üzere merkezin faaliyetlerine katılımı da etkileyen önemli bir faktör olabilir. Bu düşünceden hareketle görüşmecilere merkezin konumuna ilişkin değerlendirmeleri sorulmuş, kampüsün konumuyla ilgili gözlemlerde bulunulmuştur.

Kariyer merkezleri genellikle kampüslerde merkezi konumda veya ulaşımı kolay sağlanabilecek yerlerdedir. Görüşmecilerin aşağıda alıntılanan ifadeleri de bu gözlemleri destekler niteliktedir.

"Merkezimiz kampüsün tam orta noktasında, hem rektörlüğe hem de fakültelere yakın" (KM-1)

"Kariyer merkezi, Rektörlüğün olduğu kampüste … Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı ile aynı yerde olduğu için öğrenciler burayı biliyorlar … Ulaşımı oldukça kolay, çünkü metro ve otobüs ile kolayca ulaşılabiliyor" (KM-2)

"Birçok fakültemiz kariyer merkezinin yakınında ve ulaşılması bu anlamda kolay" (KM-3)

"Bu kampüste yer çok değerli ve kıpırdayacak yer yok. Dolayısıyla biz bu ofise gelmeden önce birkaç ofis daha dolaştık ama oralar daha bir erişilmesi zor yerlerdi. Mezunların ofisi burada. Öğrencilerin bir ayağı sürekli burada" (KM-4).

*“Kariyer merkez, öğrencilerin kolay ulaşabileceği bir yerde … öğrencilerin ulaşım sorunu yok … herkes rahatça gelebiliyor … Servis araçlarımız var, otobüslerimiz var … bir etkinlik yaptığımız zamanlarda otobüs kaldırıyoruz” (*KM-5*).*

Çok kampüslü üniversitelerde kariyer merkezinin bulunduğu yer daha da fazla önem kazanmaktadır. Bu durumda merkezin olabildiğince çok sayıda öğrencinin kolayca ulaşabileceği bir yerde olması tercih edilmektedir. Bunun alternatifi, öğrencilerin merkeze gelmelerini beklemek yerine, merkezin sunduğu hizmetleri öğrenciye götürmektir. Bunun da farklı birimlerdeki temsilciler aracılığıyla yapılmaya çalışıldığı görülmektedir. Aşağıdaki alıntılar, yöneticilerin ve uzmanların bu konudaki görüşlerini yansıtmaktadır.

*“Kampüsteki öğrenciler için kolaylıkla ulaşılabilecek bir yerde. Ama yapımız gereği tıp’taki öğrencinin gelmesi zor, Foça’daki öğrencinin gelmesi zor. Biz bunu aşmak için ne yapıyoruz? Öğrenciye gidiyoruz. Yani şöyle gidiyoruz: Bu program dahilinde ihtiyaç duydukları eğitim başlıklarını verdiklerinde arkadaşlarımın verebildiği eğitimleri onlar verip ya da dışardan destek alacağımız eğitimler konusunda bir fikir oluşturup ya da bir kişiyi davet edip oraya götürüp hem o gün boyunca kariyer danışmanı olmak isteyenleri de belirleyip programa onu da yerleştiriyoruz belirli bir mekan veriliyor bize orada görüşüyorlar akabinde seminer varsa onu da yapıp bir gününü orada geçirme şeklinde oluyor” (*KM-6*)*

“Bence daha merkezi bir yerde olmalı, burası kampüsün yeni yapılan bina ama yurtlara yakın … ama normalde edebiyat fakültesinden bir öğrencinin buraya yürümesi minimum 20 dakika” (KM-10).

“Kesinlikle merkezi bir yerde, burası sınav zamanları 7/24 açık bir yerdir. Gece saat 12’de gelirseniz bir tane boş sandalye bulamazsınız. Proje zamanı olunca bizde zaman kavramı kalmaz. Şu an İKZ dönemi, cumartesi pazar çalışıyorlar. Gençler gelir, rahat girer ve çalışırlar” (KM-12).

*“Öğrencilerin kolaylıkla ulaşabilecekleri bir yerde midir, evet kolaylıkla ulaşabilecekleri bir yerde. Toplu taşımaya çok yakın. Metro ile çok rahat gelinebiliyor. Mesela Avcılar kampüsü öğrencilerine belki çok uygun olmayabilir” (*KM-13*)*

*“Merkez olarak öğrencilerin kolaylıkla bulabileceği yerdeyiz. Herkesin ilk uğradığı noktadayız. Daha rahat ve ferah olsaydı daha iyi olurdu” (*KM-14*).*

*“Son derece kolay ulaşılacak bir yerde. Kariyer Merkezi, Öğrenci Yaşam Merkezi Binasının içinde. Öğrenci ve öğretim üyesi yemekhanesi burada. Bankalar burada. Postane, fotokopi, otobüs firmalarının yazıhaneleri, teknopark, öğrenci kulüpleri, üniversitenin merkezi bilgisayar laboratuvarları burada, bilgisayar dersleri burada veriliyor. Dolayısıyla son derece merkezi bir hale geldi, daha da gelecek. Kariyer merkezlerinin zaten böyle bir yerde olması lazım. Biz buraya yaklaşık beş ay önce geçtik, bundan önce biz de uzak bir yerdeydik” (*KM-16*)*.

3.5.3 Donanım

Kariyer merkezlerinin üniversite içindeki yeri (örneğin kolay erişilebilir bir yerde olması) ve mekanın fiziksel olanakları kadar, merkezin donanımı da hizmet kalitesini etkileyen bir faktördür. Bu nedenle araştırmada, kariyer merkezinin ne tür donanıma sahip olduğu ile ilgili olarak hem görüşmeler yoluyla hem de araştırmacılar tarafından yerinde yapılan gözlemlerle veriler toplanmıştır.

3.5.4 Bilgi Kaynakları (Meslek Rehberi, Kitap, Broşür, vb.)

Kariyer merkezleri gerek kendilerini tanıtmak gerekse düzenledikleri faaliyetleri duyurmak ve öğrencilere ulaşabilmek amacıyla kitap, broşür, rehber, el ilanı gibi yazılı-basılı ve görsel materyallerden yararlanabilirler. Elektronik ortamın daha fazla kullanılır hale gelmesiyle bu tür yazılı ve basılı materyaller gittikçe daha az kullanılmaya başlansa da, birçok merkez bu materyalleri kullanmaktadır. Görüşme yapılan merkezlerin uzman ve yöneticileri tarafından kullanıldığı bildirilen materyaller arasında, merkezi tanıtıcı kitap, el ilanları, broşürler, meslek rehberi, kitap, dergi ve merkezin web sitesi sayılabilir. Bununla birlikte, üç görüşmecinin / merkezin basılı ve yazılı materyal hazırlamadıklarını veya kullanmadıklarını da belirtmek gerekir.

Kariyer merkezlerinde görevli uzmanların ve yöneticilerin ofislerinde ne tür donanımlara sahip oldukları incelendiğinde, hemen hemen her merkezin ofisinde telefon, bilgisayar, yazıcı ve internet bağlantısının bulunduğu görülmektedir. Yazıcı, tarayıcı, projektör cihazı, faks, fotokopi makinası ve ilan panosu gibi donanımları ise kariyer merkezi ile üniversitenin diğer birimlerinin ortaklaşa kullandıkları görülmüştür. İster sadece merkeze ait olsun isterse ortak kullanım şeklinde olsun, kariyer merkezlerinin gerektiğinde bu araç gereçleri kullandıkları ve bu konuda ciddi bir sorun yaşamadıkları anlaşılmaktadır. Aşağıdaki alıntılar bunu göstermektedir.

“Bizim merkezimizin bütün donanımını rektörlüğümüzün desteğiyle almış olduk, şu an hiçbir sorunumuz yok donanım açısından. Hiçbir sıkıntımız yok. Bunu rahatlıkla söyleyebilirim” (KM-1)

“İki bilgisayarımız var zaten, bir laptop’ımız var. Bir masa üstümüz var, fotokopi makinamız var, internet erişimi, yeteri kadar malzememiz var” (KM-3)

“Hepsi var, o konuda bir sıkıntılım yok … teknolojik anlamda da bilgisayarlar var, yazıcı, internet, hepsi var. O konuda sorun yok” (KM-4).

“Şu anda 5 bilgisayarımız, 2 tane yazıcımız, internet erişimizi var. Duyuruların ilanı için ortak panomuz var. Projeksiyonumuz yok. Tarayıcı fotokopi var. Donanımımız yeterli” (KM-14).

*“Bizde o konularda nankörlük etmeyelim, imkanlarımız oldukça iyi” (*KM-12).

*“Çalışanlara laptop, bilgisayar laboratuvarındaki 30 bilgisayar, printer,4 ilan panosu, projektör, fotokopi, tarayıcı, her şey var. Donanım sıkıntımız yok” (*KM-16*).*

“Projeksiyonumuz var, yazıcımız var, internet erişimi var, ilan panomuz var, faks telefon fotokopi tarayıcı hepsi var. Bütün teknoloji malzemesi var, bu konuda hiçbir eksiğimiz yok” (KM-19).

*“Faks binaya ait tamamen, bize ait değil” (*KM-5*).*

*“Bir bilgisayarımız var. Printer olarak bölüm yazıcısını kullanıyorum. Diğer ekipmanlara ihtiyacımız olduğunda Basın ve Halkla İlişkiler biriminden yararlanıyoruz. Fakültelerin ilan planlarından yararlanıyoruz” (*KM-8*).*

“Tarayıcımız öbür odada. Tarayıcıya da çok gerek yok, Telefonla da tarıyoruz” (KM-20).

3.5.5 Test ya da Envanterler

Kariyer merkezleri özellikle bireyi tanıma amaçlı test ve envanterler kullanabilirler. Bu test ve envanterleri kendileri geliştirmiş olabileceği gibi, telif ücreti ödeyerek veya ücretsiz olarak başkaları tarafından geliştirilmiş araçları da kullanabilirler. Kariyer merkezi uzman ve yöneticilerine bu tür test ve envanter kullanıp kullanmadıkları sorulduğunda, birkaç merkezde test ve envanter kullanıldığı, sadece bir merkezde

kendilerince geliştirilmiş bir envanter kullanıldığı, büyük çoğunluğunun ise test veya envanter kullanmadığı veya bu tür araçlara sahip olmadığı görülmüştür.

Hiçbir merkezin telif ödeyerek test ve envanter kullanmadığı tespit edilmiştir. Öte yandan, sadece birkaç merkez tarafından kullanılan test ve envanter de internetten ücretsiz erişilebilen testler ve envanterlerdir. Bir merkezde uzman, web üzerinde İngilizce bir testi kendilerinin öğrenciye uyguladıktan sonra bu cevapları internete girip ilgili siteden çıktı alarak bu şekilde öğrencilere hizmet vermeye çalıştığını belirtmiştir. Bu uzmanın, öğrencinin kağıt kalem kullanarak verdiği cevapları bizzat kendisinin internet ortamına aktarıyor olması ve bu şekilde elde ettiği çıktıları kullanarak öğrenciye hizmet veriyor olması ilginç bir uygulama olarak dikkat çekmiştir. Aşağıdaki alıntılarda, merkezlerde test ve envanter kullanımıyla ilgili durum hakkında bir izlenim edinilebilir.

> *"Yok, hayır" (KM-3,* KM-9*)*

> *"İnternetten bakıyoruz, araştırıyoruz kullanabileceğimiz modüller varsa modeller varsa onları geliştiriyoruz" (*KM-5*)*

> *"Kariyer Öz Değerlendirme Envanteri (KÖDE)" uyguluyoruz, Bunu bizim hocalarımız geliştirdi" (KM-2)*

> *"Kariyer Öz Değerlendirme Envanteri (KÖDE)"kullanıyoruz (*KM-16*)*

Merkezin test ya da envanter uygulayarak veri toplama girişimine üniversite yöneticilerinin bazen duyarsız kaldığı ifade edilmiştir. Alan uzmanlarının talebine ve bunların gerekliliğine ilişkin vurgularına karşın bu hususta yapıcı bir karar alınamaması merkez yönetici ve çalışanlarının çaresizliğe kapılmasına neden olmaktadır:

> "*İŞKUR'un testleri var. Bu testleri biz kullanmak istedik. Olmadı. Test alalım o zaman dedik… Yönetim yani Rektör yardımcımız 'siz kendiniz yapın testi' dedi…"* (KM14)

Test-envanter eksiği giderilse bile, bunları uygulama ve yorumlama yetkinliğine sahip personel eksikliği de altı çizilmesi gereken önemli bir başka sorun olarak ortaya çıkmaktadır:

> "…Psikolog lazım bize, test envanter nasıl uygulanır bilecek biri…" (KM-6)

Bu sorunun çözümü için personel istihdamı mümkün olamadığında da alan uzmanı hocaların desteğini istemek bir öneri olarak sunulmaktadır:

> "Psikoloji ve PDR Hocaları destek verse… hocalara ödüllendirme olursa (atama-yükseltme ilkesi haline getirilirse mesela), hoca danışmanlık verir seve seve…" (KM-6).

Ancak gönüllü destek verilmesi eğiliminin de çok düşük kaldığı anlaşılmaktadır:

> *"Kariyer danışmanlığı için PDR hocalarından yardım istedik; alamadık" (KM-4).*

Bu ifadeler, üniversite kariyer merkezlerinde özellikle test ve envanter ihtiyacının ve bunları uygulayacak uzman personelin eksikliğine dikkat çekmektedir. Ancak bu eksikliğin sadece üniversite kariyer merkezlerine özgü olmadığını, genel olarak ülkemizde bu konuda ciddi bir eksiklik hissedildiğini belirtmek gerekir.

3.6 Tanınırlık Faaliyetleri

Üniversite kariyer merkezlerinin etkililiği başta üniversite öğrencileri ve mezunlar olmak üzere tüm paydaşların kolay ve hızlı erişimine bağlıdır. Bu da merkezin tanınırlığının artırılması ile mümkündür. Bu araştırmada kariyer merkezin tanınırlığını artırmak için izlenen yöntemler ve tanınırlık düzeyi ile ilgili veri toplamak için görüşmelerin yanı sıra gözlem yönteminden de yararlanılmıştır.

Genel olarak değerlendirildiğinde tanınırlık faaliyetinin üç başlık altında toplanabileceği görülmüştür. Yazılı veya basılı materyaller veya sosyal medyayı kullanarak öğrencilere ve mezunlara erişmek, akademik birimleri (fakülte ve yüksekokulları) ziyaret ederek tanıtım sunumları gerçekleştirmek, bilgi alışverişinde bulunmak amacıyla çevredeki iş yerlerini ve kurumları ziyaret etmek. Bu faaliyetler Şekil 8.'de gösterilmiştir.



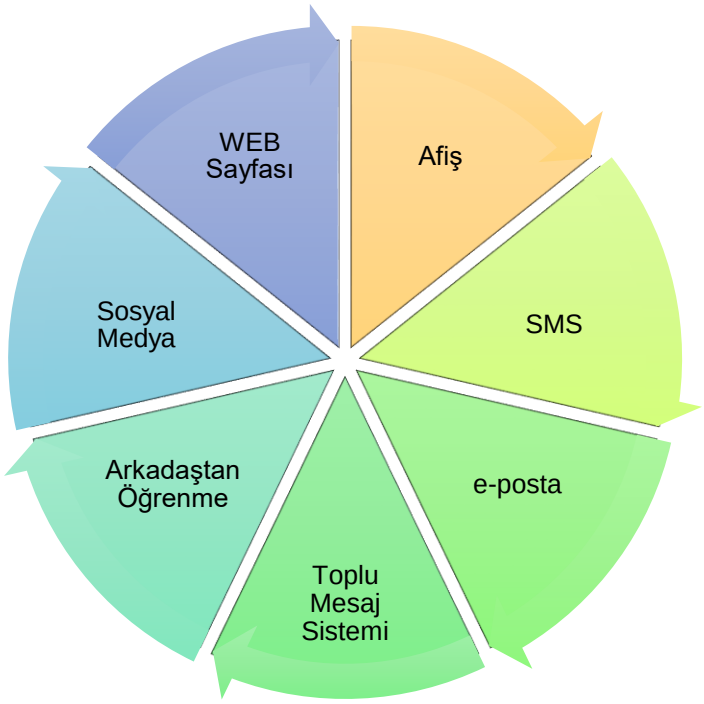
Şekil 8. Tanınırlık faaliyetleri ve hedef kitleler

3.6.1 Faaliyetlerin Duyurulması

Üniversite kariyer merkezinde düzenlenen faaliyetlerin öğrencilere ne şekilde duyurulduğu incelenmiştir. Şaşırtıcı bir bulgu, 8 üniversitede faaliyetlerin duyurulması için özel bir çaba sarf edilmediğinin belirtilmiş olmasıdır. Bu üniversitelerden ikisinin henüz kariyer merkezinin aktif olmadığı (KM-7 ve KM-11) anlaşılmaktadır. Ancak diğer altı üniversitenin (*KM-3, KM-4,* KM-12, KM-16 ve KM-18) kariyer merkezleri oldukça faaldir ve projeler aracılığıyla hem maddi hem de profesyonel destek aldıkları anlaşılmaktadır. Buna rağmen faaliyetlerin duyurulması için özel bir çaba harcanmıyor olması beklenen bir durum değildir. Oysa merkezin faaliyetlerinden ya da sunduğu hizmetlerden yararlanıcıların haberdar edilmemesi veya bu sürecin ihmal edilmesi merkezin başarısına yönelik bir tehdittir.

Üniversite kariyer merkezlerinin düzenledikleri faaliyetleri duyurmak için en çok bilgi ve iletişim teknolojilerini kullandıkları anlaşılmaktadır. Başka bir deyişle, faaliyetlerin duyurulması için tercih edilen kanallar incelendiğinde, 12 üniversitenin tanınırlık sağlamak (hedef kitleye faaliyetlerin duyurulması) için teknolojiyi kullandıkları tespit edilmiştir.

Devlet üniversitelerinin kariyer merkezlerinde kullanılmakta olan tanınırlık faaliyeti araç ve mekanizmaları Şekil 9.'da gösterilmiştir. Araştırmada bu mekanizmalar ilişkin elde edilen veriler de aşağıda özetlenmiştir.



Şekil 9. Tanınırlık faaliyetleri için araç ve mekanizmalar

WEB sayfası, günümüz koşullarında bir kurum hakkında bilgi edinmek için ilk başvurulan yollardan biridir. Özellikle mobil uygulamalar bunun daha da yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bu araştırma kapsamındaki 20 üniversiteden 7'si Web sayfası aracılığıyla öğrencilere ulaşmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte merkezin web sayfasında zaman zaman yaşanan sorunlara dikkat çekerek bunun bir engel veya dezavantaj olduğunu şu şekilde vurgulamıştır:

> "…*özellikle bizim üniversitenin web ana sayfasında bir sıkıntımız var ve bir yıldır aşamadık o sıkıntıyı. Malum dijital çağdayız …… web sayfası üzerinden birtakım etkinliklerin duyurulması gerekiyor.*"

Öte yandan kariyer merkezinin web sayfasının duyurular için kritik rolünü kabul etmekle beraber, üniversitenin ana web sayfasında yapılacak duyuruların da işlevsel olacağı düşünülmektedir (KM-13):

"…Rektörlüğün ana sayfasında etkinliklerin yer aldığı yerde bir duyuru yapma şansımız var. Kendi sitemizde duyuru yapma şansımız var, arkadaşlarımız sosyal medyadan..."

WEB Sayfasının İçeriği ve Güncellenmesi, birçok kariyer merkezi için ortak bir sorun gibi görünmektedir. Web sayfasının önemli bir tanıtım ve iletişim kanalı olarak kabul edilmesine karşın teknik altyapı ve eleman eksikliği *en çok şikâyet edilen hususlardır:*

"Üniversitemizin bilgi işlem sisteminden kaynaklanan sistemsel bir sıkıntıdan dolayı, en güncel 3 etkinliğe yer verebiliyoruz, daha önce yayımlanan etkinlikler ve duyurular siliniyor." (KM-2)

*"Üniversitenin genel bir web formatı var, onun dışına çıkamıyorsunuz. …Bu da kariyer merkezinin biraz daha cafcaflı parıltılı öğrenciyi çekecek cazibe merkezi oluşturacak bir yapıyı sunmak kolay olmuyor bu yöntemle. Hani o yüzden bir kısıtımız var, kamu yani bu devlet üniversitesi olmanın sıkıntısı var" (*KM-9*).*

"…O yüzden de bu konu da haiz bir personelimiz olmadığı için yenilemek ancak bilgi işleme bilgi vererek gerçekleşiyor ve bu da uzun sürüyor." (KM-3)

" … Üniversite sayfasından verdiğiniz zaman sayfanın şeklinde biçiminde hiçbir değişiklikte bulunamıyorsunuz. Sınırlandırma var. Ama onun içerisinde o formata uygun güncellemeleri yeterince yapıyoruz. Bunu yaparken de yine öğrenci üzerinden, çalıştırdığımız ***kısmi zamanlı öğrenciler*** *üzerinden yapıyoruz" (KM-1)*

Bir Merkez Müdürü (KM-15), web sayfasını düzenleme ve içerik tasarlama açısından yaşanan sıkıntıların, sürekli işi bilen kişilere danışma zorunluluğunun onları çaresizlik duygusuna sürüklediğine işaret etmektedir:

"…Sadece adresimiz belli olsun. Yerimizi yurdumuz belli olsun; duyurumuz v.s olduğumuz zaman kimseden yardım istemeden girdiğimiz manuel bir sistemimiz olsun diyorum…".

AB Projesi kapsamında mali kaynak ve uzman desteği aldığı belirlenen iki merkez ise web sayfası açısından oldukça şanslı görünmektedir. Birinde (KM-18) bilgisayar alanında eğitim almış bir uzmana Bilgi İşlem Dairesi tarafından verilen yetki aracılığıyla içerik güncellemesi yapma imkanı tanınmış haldeyken; diğer merkez (KM-16) eleman eksikliği nedeniyle güncelleme işlemlerini Bilgi İşlem Merkezinde onlardan sorumlu bir elemanla irtibata geçerek gerçekleştirmektedirler. Bilgisayar Mühendisi bir personele sahip olduğu için bu hususta en

şanslı merkez olduğunun farkında olduğunu (KM-13) "*Talep ede ede en son programcı unvanına sahip mühendislik mezunu bir arkadaşımızı aldık genel sekreterlikten."* sözleriyle aslında bu şansı oldukça zor yakaladıklarını dile getirmektedir. Web sayfasından sorumlu bir teknik elemana sahip olduğu için adeta ayrıcalıklı bir merkez olan bir üniversitede (KM-6) kariyer merkezinin yöneticisi bu durumdan son derece memnun olduğu şu şekilde ifade etmektedir:

> *"Eski hali ile daha kısıtlı bir kullanımı vardı ama yeni rektörümüzle beraber tüm web sayfaları değişti tüm birimlerin. Bizimki de değişti. Daha aktif daha yaşayan bir sayfa haline geldi. Çok daha canlı hale geldi. Arkadaşımız da yönetiyor, beceriyor o da yetenekli bir arkadaş. Bizde (E) bey her şeye o karar veriyor."*

Özellikle bütün Yöneticilerin başarılı bir kariyer merkezi için web sayfasının son derece kritik bir öneme sahip olduğunu ifade etmiş olmaları, altı çizilmesi gereken bir husustur. Bu yaklaşımın mevcut ve kısmen eksik ya da yetersiz web sayfalarının iyileştirilmesi, güncellenmesi ve beklentileri karşılar bir niteliğe sahip olması için çaba sarf edilmesine neden olduğu görülmektedir:

> *"…..bir kariyer merkezinin web sitesinin işlevsel olması yani mesela oraya bir link olacak oraya girdiğinde Linkedin'de profil nasıl oluşturulur videosu olacak veya Youtube'daki bir CEO'nun konuşması olacak hani vardır ya Apple CEO'su Steve Jobs'un meşhur bir mezuniyet hani Stanford'da yaptığı gibi böyle temel, tematik TEDx konuşmaları belki olabilir yani belli bir kariyer olabilir iş değiştirme olabilir bir başarısızlık olabilir, başarı hikayesi olabilir, yani işlevsel bir web sitesi lazım…" (*KM-10*)*

Web sayfası kadar önemli hatta daha da kritik sonuç verebilecek fikirlerin de geliştirilmekte olduğu görülmektedir. Açıkçası 21.yy kodlama eğitiminin ön plana çıktığı ve dijitalleşmenin zirveyi zorladığı bir döneme karşılık geldiğine göre, artık web sayfasının ötesinde bir zemine, deyim yerindeyse etkileşimli bir portala gereksinim duyulması oldukça önemlidir:

> *"……. Yazılıma ihtiyaç var. Yazılıma da öğrencinin internet sayfası ile ulaşması gerekiyor. Kullanıcı adı ve şifresin girip, kendi kariyer alanına ulaşabildiği bir sistem olması gerekiyor. Ama bu da çok çetrefilli bir süreç. Şu anda yeterli sayılır ama dediğim gibi asıl önemli olan o yazılım sistemine öğrenci ve firmanın web sitesi üzerinden ulaşması. İşveren de girdiği zaman siteye kendi şifresi ve kullanıcı adıyla bize ulaşması lazım…" (*KM-6*).*

*"….şimdi bakın şurada bir Linkedin bağlantısı var: Ben Japonya'da bir üniversitede görmüştüm bu Linkedin bağlantısını. ……. sayfada açılır açılmaz bizim Üni. (*KM-10*) Linkedin mezunlarının, bizim (*KM-10*) mezunların istatistiki bilgisi geliyor." (*KM-10*)*

Yöneticinin web sayfasını ziyaret etme sıklığı, web sayfasının güncellenmesinde önemli bir faktördür. Yöneticilere merkezin web sayfasını ne sıklıkta ziyaret ettikleri sorulmuş, yöneticilerin hemen hemen hepsi haftada birkaç gün web sayfasına girdiklerini ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, "*İki üç günde bir bakarım ancak bakılacak bir şey yok, çalışmıyor çünkü* (*KM-4*) şeklinde dile getirilen durum, yöneticinin web sayfası hususunda ciddi bir sıkıntı yaşamakta olduğuna delalet etmektedir. Benzer şekilde, *"Web sitesine ben özellikle her gün mutlaka bakıyorum çünkü açılış sayfam. Yani bilgisayarımı açınca bakmama gibi bir lüksüm yok, direkt o açılıyor"* ifadesini kullanan bir merkez müdürü (KM-9) adeta "web sayfasına göz atma" görevini unutmadan yerine getirmeyi hedeflemektedir. Bir diğer Merkez Müdürünün web sayfasını izlediğini, önemsediğini söylemekle beraber sayfadaki iletişim adresinin değiştirilmemiş olduğunu görüşme esnasında tarafımızca dikkati çekildiğinde fark etmesi de bu görevin pek önemsenmediğine işarettir.

*"……eski adres, birimin yeri yazıyor iletişim kısmında. Doğru, güncellenmemiş, evet…" (*KM-5*).*

Web sayfasındaki bilgilerin güncelliği kadar sayfada yer alan bilgilerin yeterli olup olmaması da önemlidir. Yöneticilere, **merkezin web sayfasındaki bilgilerin yeterliği** sorulduğunda, hemen hemen bütün yöneticilerin mevcut haliyle web sayfalarından memnun olmadıkları anlaşılmıştır. Mevcut web sayfasının, dijital yerliler olan günümüz gençlerinin ilgisini çekmekten uzak olduğu belirtilmiştir. Örneğin bir katılımcı *"Merkezin web sayfasını yeterli bulmuyoruz, oldukça kötü, öğrenciler için yeteri kadar çekici değil"(*KM-17*)* demektedir. Bir diğer müdür ise "*Web sitesi gibi görünüyor ama statik arkada dinamik sistem yazılı durumda değil ……ayrı bir sistem yazılması gerekiyor; dinamik sistem yazılım hayata geçirmeli*" (KTÜ) şeklindeki sözleri sorunu çözme açısından kritik bir niteliktedir.

Kariyer Merkezi yöneticileri web sayfasının içerik ve nitelik olarak güçlenmesi için de, konunun uzmanı elemanları eksik olmasına karşın sorumluluk üstlenmeye hazır görünmektedirler.

"*Geçen sene bizim bilgisayar merkezimiz, bilişim merkezimiz bunu hazırladı. Şu anda kullanıma hazır ama bir şekilde content girilmesi lazım. O contentin girilmesi*

için de gene geçen hafta içerisinde bir toplantı yaptık. Ama ….. Şu an eleman sıkıntımız var." (*KM-4*)

Bir merkez müdürü ise "*Yeterli; yeterli olmasaydı birileri bize şunu yapın bunu yapın derdi, böyle diyen olmadı. Web sayfamızı inceleyenler iş ilanı da bulabilir, etkinlik de bulabilir, iletişim bilgilerimiz de var, her şey mevcut orada."* (KM-20) demekle, eleştiri almadıkça bu konuda herhangi bir çaba sarf etmeye isteksiz olduğunu ima etmektedir.

Web sayfası dışında **afiş ve el ilanı** gibi alışılageldik, klasik araçlar kullanarak duyuru ve tanıtım faaliyetlerinin de sürdürülmekte olduğu belirtilmelidir:

"…..fakülte ve meslek yüksekokullarımıza yazı göndererek afişlerimizin ilgili panolara asılmasını sağlıyoruz" (KM-2)

" …Basılı afişler bizzat temsilci hocalara dağıtılıyor. Bina içerisinde fakültelerde kantin vb. yerlere resmi yerlere asılıyor." (KM-6)

Cep telefonuna gönderilen mesajlar ile **e posta** adreslerine gönderilen duyuru ve davet yazıları kısmen hala kullanılıyorsa da belirtmek gerekir ki ziyaret edilen devlet üniversitelerinin büyük çoğunluğu yeni nesle ulaşmada daha işlevsel olacağı umulan teknolojik kanalları kullanmaktadır:

*"….Malumunuz öğrenci duyurulara web sitesinden girmektense sosyal medyayı çok etkin kullandıkları için ve genç arkadaşlarımız bu konuda bizden biraz daha aktif oldukları için… bunları kullanıyoruz." (*KM-13*)*

Ancak Bir Merkez (*KM-4*) müdürü, elektronik posta ile bilgilendirmenin beklenmedik sorunlara yol açabildiğinden, tamamen ters istikamette sonuç verebileceğinden söz etmektedir. O nedenle artık 'mailing' konusunda çekinceleri olduğuna ve çok zor durumda kalmadıkça e posta göndermediklerini ifade etmektedir:

"…..*öğrencilerden tepki geldi, bu nedir, kariyer merkezinden sürekli duyuru geliyor…..beni çıkarın dediler. Ben bu maili almak istemiyorum. Beni ilgilendirmiyor diye. Şimdi mailing olayını kestik açıkçası"*

Benzer biçimde bir başka üniversite Merkez müdürü de yönetimin öğrencilere **toplu mesaj** yollanmasını onaylamadığının altını çizmektedir; sadece merkezi sosyal medya hesaplarından takip için bir mesaj yollamakla yetindiklerini söylemektedir:

"*Toplu bir mail göndermemize izin verilmiyor çünkü öğrenci rahatsız olur daha çok antipatik oluyoruz."*

*Ancak bir yandan da şimdiki gençlerin dikkatini çekebilmenin ne denli güç olduğu ve en güvenilen araçların **sosyal medya** olduğu görüşmelerde sıkça altı çizilen bir noktadır:*

"….Facebook, Twitter her şeyi kullanıyoruz onlarla iletişim noktasında…" (KM-1)

Pek çok üniversitede öğrencilere **toplu mesaj** gönderebilme imkânı olduğu anlaşılmaktadır. Öğrenci bilgi sistemine kayıtlı mail adresleri olduğu için hepsine mail olarak da faaliyetlerin gün ve saatlerini bildirmek mümkün olabilmektedir. Ancak görüşülen sadece bir Kariyer Merkezi (KM-16) yöneticisine toplu bilgilendirme sistemine girerek, öğrenci bilgilerine ulaşma yetkisi verildiği tespit edilmiştir. Bir diğer Merkez ise böyle bir sistem olmamasına karşın 'proje' (Trakya Kalkınma Ajansı) kapsamında Turkcell'den kontör satın alındığını ve bilgilendirme-tanıtım amacıyla kullanıldığını belirtmiştir. Üstelik "**sms**" ile gelen haberlerin belki de en etkili tanıtım olduğuna ilişkin düşünceler söz konusudur:

"*Mesela ben* KM-13 *Üniversitesi öğrencisiyim aynı zamanda, yapılacak her etkinlik, açılmış olan projeler, yapılacak olan tanıtım günleri her şey, internet sitesinde olan tüm duyurulara ilişkin bana her gün mesaj geliyor. Bence çok etkili." (*KM-18*)*

Bir diğer önemli nokta, neredeyse görüşülen bütün kariyer merkezi yöneticilerinin **öğrenci toplulukları**nın bu süreçteki rolüne ilişkin hemfikir oluşlarıdır. Genellikle ilgili Rektör yardımcısı kanalıyla verilmek istenen bir haberin öğrenci topluluklarına iletilmesi, neredeyse tüm üniversitede farkındalık yaratabilmektedir. Örneğin bir merkez uzmanı (GAZİ) "….*Herhangi birinin (*öğrencinin*) bunu Facebook'ta paylaşması bütün arkadaş grubuna ulaştırıyor yani."* sözleriyle öğrenci ve öğrenci topluluklarının süreçteki yadsınamaz rolünün altını çizmektedir. Benzer şekilde bir başka merkezin yöneticisi (KM-14) **arkadaştan öğrenme** yoluyla haberdar olma oranının % 63'e çıktığına dair bir araştırma sonucunu paylaşmaktadır.

Öte yandan büyük üniversitelerden birinin (KM-10) merkez yöneticisi, "…*siz burada bir pekmez kaynatsanız sinekler gelir değil mi? Şimdi siz burada gerçekten bir hizmet ortaya koyarsanız, öğrenciler ……gelecektir*" diyerek, tanıtım faaliyetlerinden ziyade merkezin öğrenciye fayda sağlayacak işler ortaya koymasının tanınırlık için en temel anahtar olduğunu vurgulamaktadır. Aynı yöneticinin "Fayda–maliyet analizi yapar öğrenci … fayda sağlamış olan ötekileri de getirir" diyerek bu noktanın altını çizmektedir.

Öğrenciler tarafından tanınırlık, merkezin bütün tanınırlık faaliyetlerinin odak noktasını oluşturmaktadır. Ancak bu araştırmada elde edilen veriler, öğrencilerin merkezi tanıma düzeyinin oldukça düşük düzeyde kaldığını göstermektedir. Özellikle büyük üniversitelerde tanıtım girişimlerine engel olmaya çalışan bazı öğrencilerin varlığı da dikkat çekicidir:

> "*Çok farkında değiller yani biz afiş astık, afişimizi kaldıranlar bile oldu. Hangi akla hizmet yapıyorlar anlamış değilim. Defalarca da uyardım… Biliyorlar ama sadece işlerine geldiği zaman, sıkıştıkları zaman gelip uğruyorlar, danışıyorlar*." (KM-20)

Özetle ifade edilecek olursa, 20 devlet üniversitesinin yarıdan çoğu öğrencilerin böyle bir merkezin varlığından haberdar olmadıklarını ifade etmektedirler. Öte yandan büyük üniversitelerden birinde (KM-13) Merkez yöneticisi bir katılımcının öğrenciler gibi öğretim üyelerinin de merkezden habersiz olduklarını dile getirmektedir:

> *"….Ben buraya atandığımda fark ettim……. (hocalar)* ***bir yere müdür olmuşsun ama nereye falan hayırlı olsun*** *gibi şeyleri çok duydum. Bu birimin varlığını bazı birimler …… bazı kişiler bilmeyebiliyor. Biraz daha tanıtım gerekebilir açıkçası…"*

Bu konuda yapılan dikkat çekici bir tespit, eğer akademisyenler arasında kariyer merkezinin tanınırlığı arttığı takdirde bunun öğrencilere de yansıyacağı ve öğrenciler arasında da merkezin tanınırlığının artacağının dile getirilmiş olmasıdır. Ancak bu durumda da başka bir husus önemli hale gelmektedir. O da, merkez yöneticilerinin işgücü piyasası ve kariyer alanındaki uzmanlıklarının diğer öğretim üyeleri tarafından bilinir hale getirilmesi:

> *"Dedim ya merkezi de beni ve M. (Metin) Hocayı da tanıyor çoğu öğrencimiz. Akademisyen arkadaşlar da tanıyor bizi ve yaptıklarımızı takip ediyorlar. Bence bu da çok önemli. Çünkü her gün bir arada oldukları hocaları kariyer mevzuuna yeterince önem verirlerse, gençleri de bu hizmetten yararlanmak üzere yönlendirebilirler" (KM-2)*

Tabela, eski ama etkili bir tanıtım aracı olma işlevini sürdürmektedir. Bir merkez yöneticisinin (KM-6) "*Tabela en etkili iletişim aracıdır*" şeklindeki sözleri dikkate alınmalıdır. Özellikle yerleşke içerisinde uygun yerlere yönlendirme tabelalarının konulmasının, öğrencinin Merkezi fark etmesini ve ziyaret etmesini tetikleyeceği düşüncesi tanınırlık düzeyini arttırıcı bir ipucu olarak değerlendirilebilir. Gerçekten bir Kariyer Merkezi çalışanının aşağıda sunulan sözleri bu hususun sanılandan çok daha önemli olduğuna işaret etmektedir:

"Tek odadan ibaret, tabelası olmayan bir kariyer merkezi…öğrenci buraya gelirse tesadüfen gelmiş demektir!" (KM-9)

Son olarak, bilgi çağı olarak adlandırılan 21. Yüzyılın bir gerekliliği olan 'dijital görünürlük' kesinlikle ihmal edilmemesi gereken bir olgudur. Kariyer merkezlerinin gençler tarafından yeterince tanınmamasında yeterince dijital görünürlük sağlanmamış olması da rol oynamış olabilir:

"…Dijital dünyada yaşıyoruz. O nedenle dijital görünürlük artmalı. CV yazımı bile dijital ortamda anlatılmalı…" (KM-4)

"Messenger uygulaması ile sorusu olana cevap veriyoruz; öğrenci bunu istiyor artık" (KM-6).

Mezunlar tarafından tanınırlık, merkezin özellikle staj ve istihdam olanakları açısından önemlidir. Çalışma kapsamında yer alan üniversitelerin çoğu, Kariyer Merkezinin mezunlar tarafından tanınma düzeyinin % 10 gibi son derece düşük olduğunu değerlendirmişlerdir. Bunun nedeni de, merkezin zaafından ziyade, öğrencilerin mezuniyet aşamasından sonra okula ilgisiz kalmalarına ve hiç kariyer planlaması desteği alma gereksinimi duymamalarına (esasen düşük farkındalıklarına) atfedilmektedir.

"…hiç uğramadan bize elbette ki gidenler var. Çünkü marka bir üniversite biliyorsunuz….. İşte dediğim gibi bazı kafası karışıklar ya da yolunu nasıl çizmek isteyenler (geliyor bize). Daha ciddi kendisi için gelenler var, onlar destek alıyorlar" (*KM-4*)

Ancak, kariyer merkezinin sahip olduğu olanakların sınırlılığı nedeniyle, mezunlarla ilişkilere mesafeli merkez çalışanlarından da söz etmek gerekir. Örneğin bir Merkez Müdürünün "*Benim kişisel kanaatim. Hani biz mezunlarımızın %100'ünün bizi tanımasını beklemiyoruz zaten çünkü altyapımız onu kaldıracak düzeyde değil. Bazen her koltuk doluyor, kime ne söyleyeceğimizi unutuyoruz*" şeklindeki sözleri, olası iş yükü artışına karşı mezunlarla ilişkiye çok da önem verilmediğini düşündürmektedir.

3.6.2 Kayıt Haftasında Yapılan Tanıtım Faaliyetleri

Kariyer merkezlerinin hem merkezi tanıtmak hem de faaliyetlerini duyurmak için kullanabileceği fırsatlardan biri, üniversitelere yeni öğrencilerin kayıt yaptırdığı hafta genellikle öğrenci işleri kayıt masasına yakın bir alanda kurulan masalardır. Yaklaşık bir hafta süren

kayıtlar sırasında üniversitenin farklı birimlerinin ve düzenledikleri faaliyetlerin tanıtıldığı bu süre içerisinde kariyer merkezleri de yeni kayıt yaptıran öğrencilere merkezi tanıtmaktadır. Ancak üniversiteye henüz kayıt yaptıran öğrencilerin bu aşamada merkezin tanıtımının yapıldığı bilgilere pek ilgi göstermedikleri söylenebilir. Bu durumu bir merkez çalışanı şu şekilde ifade etmiştir:

> *"Oryantasyon programı içerisinde yer alıyoruz 10-15 dakikalık bir sunumla. Böyle bir birimiz var, amaçlarımız bunlar, şu şekilde size yardımcı olabiliriz diye bir sunum gerçekleştiriyor arkadaşlar. …… Tabi o aşamada ne kadar farkında derseniz öğrenci çokta farkında olmuyor. Hani en çok notlar alıyor ilgili öğrenci ama şimdi şuradan anlıyorum; Biz size anlatmıştık böyle bir şey, hayır hatırlamıyorum diyor veya katılmamış olabilir. Hani ben soruyorum ne kadar etkili olabilir diye ama başka da yolu yok onlarla bir araya geldiğimiz, yüz yüze olacağımız tek program o. Orada anlatıyoruz" (*KM-6*).*

Bu nedenle tanıtım aşamasında öğrencilerin ilgilerini çekebilmek, kariyer planlamasının gerekliliği hakkında farkındalık yaratabilmek, özel bir çalışmayı ve uzmanlığı gerektirir. Bu bağlamda Oryantasyon Haftasında yapılan kariyer merkezi tanıtımının pek etkili olmadığı söylenebilir. Bir merkez müdürünün de dikkat çektiği gibi yeni kayıt yaptıran öğrencilere Merkezi anımsatıcı bazı küçük hediyeler vermek yararlı olabilir:

> *"Uyum haftasında KARMER amblemli ufak hediyeler dağıtabilsek mesela, USB ya da fincan gibi. Neler neler veriyor Vakıf üniversiteleri… Bu nesil bu tür şeyleri önemsiyor. Hiç olmazsa orta karar bir kalem versek" (KM-2).*

3.6.3 Akademik Birimlerde Gerçekleştirilen Tanınırlık Faaliyetleri

Öğrencilere bireysel kariyer danışmanlığı verme, kariyer planlamalarında yardımcı olma, işgücü piyasasına hazırlanmalarını sağlama, staj ayarlama, açık iş pozisyonlarından haberdar etme hedeflerine erişebilmek için her akademik branşa özgü kapsamlı bilgiye sahip olmak gerekir. Ancak kariyer merkezi yönetici ve uzmanlarının edebiyat fakültesinden, mühendislik fakültesine kadar yüzlerce meslek alanında bu bilgilere sahip olmaları beklenemez. O nedenle üniversitenin fakülte ve yüksekokullarının Kariyer Merkezi ile işbirliği yapması gerekir. Bu araştırma kapsamında görüşme yapılan kariyer merkezlerinin bütün yöneticileri ve çalışanları, böyle bir işbirliğinin önemini kabul ettikleri gibi bunun merkezin başarısı için de gerekli olduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte kariyer merkezi ile akademik birimlerin işbirliği yapmasının kolay olmadığı da dile getirilmektedir. Örneğin büyük üniversitelerden birinde

(*KM-2*) neredeyse her fakültenin "nevi şahsına münhasır" olduğu; üniversiteden kimliğinden önce fakülte kimliğinin öne çıktığı, kariyer etkinlikleri ve hizmetlerinin kariyer merkezi tarafından sunulmasına birçok akademik birimin uyum sağlamakta zorlandığı anlaşılmıştır. Merkez müdürü, zorluklara rağmen akademik birimlerle işbirliği yapma konusunda önemli bir mesafe kaydettiklerini şu sözlerle ifade etmektedir:

> "*Her birimde (*fakültede*) bir kariyer koordinatörümüz var; onlar aracılığıyla duyurularımızı ulaştırıyoruz öğrencilerimize…. Akademisyen arkadaşlar da tanıyor bizi ve yaptıklarımızı takip ediyorlar. Bence bu da çok önemli. Çünkü hergün bir arada oldukları hocaları kariyer mevzuuna yeterince önem verirlerse, gençleri de bu hizmetten yararlanmak üzere yönlendirebilirler."*

Benzer bir yapılanma bir diğer Merkez için de geçerlidir:

> *"Üniversitenin her biriminde birer kariyer merkezi birim temsilcimiz var. Bu temsilciler üst yönetim tarafından seçilip atanan dekan yardımcısı, MYO müdür yardımcısı veya bir öğretim üyesi oluyor." (*KM-16*)*

Bir diğer merkez (KM-7) müdürü de merkez ile akademik birim arasında koordinasyon sağlamanın merkezin tanınırlığı açısından önemini şu sözlerle dile getirmiştir:

> "*Akademik birimlerde tanınırlık için öncelikle yine ilgili dekan yardımcısı tarafından birimin akademik kurul toplantılarında bilgilendirme yapıldı. Her yılın başında bir defaya mahsus akademik toplantılarda. Sunumumuzu yaptık, merkezimizin faaliyetlerinden bahsettik. Ama en önemlisi her sene tabi belli bir rektör dönemine kadar senato toplantılarında yılbaşında ve yılsonunda… Yılbaşında kendimizi tanıttık, yılsonunda da faaliyet raporlarımızı tanıttık, sunduk. Hatta bunlar … kitapçık haline getirildi rektörlüğün fotokopi merkezinde*…."

Merkezin öğrenciler tarafından tanınırlığı ve görünürlüğünün artırılmasında özellikle fakülte ve meslek yüksekokullarındaki öğretim üyelerinin merkezin önemini anlama ve destekleme düzeyinin kritik bir yeri olduğu anlaşılmaktadır. Bunu arttırmanın bir yolu, konuya ilgi duyan ve çalışma alanı görece istihdam ve kariyer ana temalarıyla örtüşen gönüllü akademisyenlerin koordinatör olarak görev almasıdır. Aksi halde sadece merkezde görevlendirildiği için mesaisini merkezde tamamlayan hiçbir çalışandan yüksek performans beklenemez. Benzer bir deneyime sahip olan bir katılımcının aşağıdaki ifadeleri bu olguya işaret etmektedir:

"*Yani açıkçası resmi bir görevlendirme. Dekanlıktan bir gün birisi bir yazı alıyor. "Seni görevlendirdik buraya" diye. Ya adam gerçekten sosyal bir yapısı var mı? Dışa dönük mü? Dış âlemle iş âlemiyle ilişkileri nasıl? Ya bu gözetilmedi*."

3.6.4 Merkezin Tanınırlık Faaliyetlerinde Afiş, Broşür gibi Basılı Materyallerin Kullanılması

Geleneksel tanıtım malzemelerinden olan afişlerin ziyaret edilen tüm Merkezlerde etkin biçimde kullanıldığı görülmüştür. Gerek ofis içerisinde, gerekse fakülte ve meslek yüksekokullarında genellikle panolara asılmak suretiyle merkezin tanıtımı ve faaliyetlerin duyurulması hedeflenmektedir.

"*2000'den fazla broşür basıyoruz. Hepsi dağıtılıyor. Onun haricinde bölümlerin panoları içinde ayrıyeten afişlerimiz var"* (KM-15).

"…Fakültelerde 25-30 afiş asıyoruz her etkinlikte. Haberi olmaması için kör olması lazım öğrencinin…" (KM-19).

Afişlerle duyurulan merkez faaliyetlerinin öğrenciler açısından somut çıktılarının olması ve bunun da yine öğrenciler tarafından bilinmesi gerekir. Aksi halde afiş ve broşür gibi araç gereçler işlevsiz hale gelir veya bunların bir anlamı kalmaz. Örneğin merkezin afişlerle duyurusunu yaptığı bir hizmet (örneğin rehberlik) aracılığıyla öğrencilerin işe yerleştirilme oranının yükselmesi merkezin tanınırlığına katkı yapacaktır.

3.6.5 Öğrencilere Kariyer Merkezini Tanıtmaya Yönelik Sunumlar

Görüşme yapılan tüm kariyer merkezleri için öğrencilere yapılan tanıtım sunumlarının en temel etkinliklerden biri olduğu anlaşılmıştır. Özellikle Kariyer Günleri kapsamında öğrencilerin bulunduğu ortama giderek, hem merkezin tanıtımını sağlamak hem de kariyer planlama konusunda bir farkındalık yaratmak hedeflenmektedir.

"Biz de gidiyoruz aslında öğrenciye… Kariyer etkinliklerinde bazen tanıtıcı sunumlar yapıyoruz; bazen konulu konferanslar veriyoruz." (KM-2)

"Toplam 22 birimimiz var. Bunlardan randevu alıp, hepsine gidiyoruz. Gittikten sonra onlara özel bir sunum yapıyoruz önce, biz gitmeden önce öğrenciler bir salona toplanmış oluyorlar. Biz kimiz? Kariyer Merkezi ne yapıyor? Hangi amaçla

*hizmet sunuyor? Bunları anlatıyoruz öğrencilere. Bu anlamda üniversitenin %80'ni Kariyer Merkezini tanıyor, çok açık ve net. " (*KM-16*)*

"Bir okula gitmeden önce arkadaşlarımız bunlarla doğrudan temasa geçiyor. Bunlar biz oraya gitmeden önce, sunum yapılacak salon, bilgisayar vb. tüm hazırlığı yapmış oluyor. Biz gittiğimizde bütün salon dolu oluyor genelde. Biz sunum yaptıktan sonra da öğrencileri dinliyoruz, sorularına cevap veriyoruz." (KM-16)

3.6.6 Üniversite Tercih Günlerinde Kariyer Merkezinin Tanıtımı

Yaygın olmamakla birlikte, bazı üniversitelerde (KM-10, KM-6, *KM-4*) her yıl üniversite tercihlerinin yapıldığı hafta içerisinde aday öğrencilere üniversitenin akademik birimlerinin (bölümler, programlar, vb.) yanı sıra kariyer merkezinin de tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

Aday öğrencilere tercih dönemlerinde üniversitenin tanıtımını yapabilmek için Kariyer Merkezi elemanlarının mevcut meslekler hakkında yeterli bilgiye sahip olması gerekir. Bu bilgilerin de doğru kaynaklardan alınmış olması ve güncel olması gerekmektedir. Bu bağlamda bir Merkez Müdürünün ifadeleri önem taşımaktadır:

"*Üniversiteye hazırlık süreçlerinde tanıtım yaparken ilgili akademik birimlerden kariyer alanları hakkında aldığımız bilgiler var, onları kullanıyoruz" (*KM-6*)*

Belirtilmesi gereken bir husus, kariyer merkezlerinin bu etkinliklerin düzenleyicisi değil, sadece katılımcısı olduğudur.

"*Lise tanıtım organizasyonu. Üniversitenin bütün birimleri geliyor, masa masa. Halkla İlişkiler Birimi, Yurtlar, Kütüphane, biz. O şekilde her birim kendisini tanıtıyor." (KM-4)*

Bazı merkez müdürlerinin oryantasyon sürecine katılımı öğrenciye hizmetten öte, kendi biriminin tanınırlığını arttırma aracı olarak değerlendirdiği anlaşılmaktadır:

Onlarda planlar dâhilimizdedir. Yeni kayıt yapılan öğrencilere kitapçıklar veriliyor. Burada koordinatörlüğün varlığı gösteriliyor. Üniversiteyi yeni kazanan öğrencilere oryantasyon eğitimi veriliyor. Burada da varlığımızı hissettiriyoruz.

Ancak merkez yöneticilerinden biri bu etkinliğe katılmakla birlikte, yapılan tanıtımın anlamlılığı hususunda tereddüttedir:

"*Üniversitenin bölüm tercih aşamasında da kariyer merkeziyle tanışıyorlar, o öğrenci bizim üniversiteyi tercih ediyor ya da etmiyor bunu bilemiyoruz tabi …..”* (KM-10).

Buna karşılık bir diğer merkezin Müdürü yaptıkları bu etkinliklerin son derece verimli olduğuna dikkat çekmektedir:

“Üniversitemizi tercih edebilecek aday öğrenciler, tanıtım derken bu boyutuyla. …….. bizim üniversitemize gelen özellikle 11. ve 12. Sınıf lise öğrencileri var. Mersin'den,Ankara'dan, Adana'dan, Tekirdağ'dan Türkiye'nin her yerinden gelen. Bunlara da sunumlar, genel tanıtımlar yapıyoruz. Zaman zaman bölüme özgü spesifik tanıtım istiyorlar o zaman da hocalarımızdan destek alıyoruz. Fakülteler yine kendi içinde tanıtım yapıyorlar. Laboratuvar gezilmesi ya da ne bileyim özel alanların tanıtılması ile ilgili onlar fakülteler tarafından yürütülüyor. Biz sadece genel tanıtım yürütüyoruz. Onu da sekretaryayı yürüten arkadaşım hem onu organize ediyor. Eğer biz uygunsak biz gidiyoruz yoksa o bir şekilde öğrencilere bilgi vermek adına yürütüyor. Kendisi de kamu yönetimi bölümü mezunu. Alanla ilgili yine bilgiye sahip.”

Burada ifade edilmesi gereken bir husus, böylesi bir tanıtım için zaman ve çaba harcamayı gereksiz bulan yöneticilerin de olduğudur. O kadar ki zaten “marka” olmuş bir üniversitenin aday öğrenciler için cazibe merkezi olma çabasına girmesini makul görmemektedir:

*“…. Bizim PR'a ihtiyacımız yok; yani kariyer merkezi olarak afişlerimiz olsun, boardlarda kariyer merkezi tabelası olsun, şuradan dönün falan tamam mı? Ben onu samimi olarak söylüyorum: Bunun gerekli olmadığını düşünüyorum.” (*KM-10*)*

Öte yandan, tanıtım odaklı çalışmaları, merkezin birincil işi gibi tanımlama hususunda çekincelerini ifade eden bir merkez müdürünün sözleri de dikkat çekicidir. Aşırıya kaçan tanıtım girişimlerinin olumsuz etkileri olabileceği düşüncesi şaşırtıcıdır:

“Aşırı vurgu 'görgüsüzlük' gibi algılanabilir. Kimseye rahatsızlık vermemek lazım. Rektörlükte, öğrenci topluluklarında sessizce, rahatsızlık vermeden işleri yürütmek en iyisi…” (KM-19).

3.6.7 Yarışmalar Düzenlemek

Bir üniversite kariyer merkezinin (*KM-1*) eğitimlere katılanların motivasyonunu artırmak için yarışma düzenleme düşüncesi oldukça orijinal bulunmuştur. Kariyer Merkezi ile Girişimcilik Merkezinin birlikte organize ettiği bu yarışma, öğrencinin geliştirdiği iş fikrini CEO'lar önünde savunmasına dayanmaktadır. Eleme yöntemiyle 10 önlisans, 10 lisans, 10 yüksek lisans veya doktora öğrencilerinden oluşan toplam 30 öğrenci, Antalya'nın en etkin CEO'ları ve firma sahipleri karşısında yarışmaktadır. İlk üç dereceyi alanlara hediyeler (Altın, para ve teknokentte işyeri kurması için bir oda tahsisi) verilmektedir. Bunların da daha sonra TÜBİTAK'a veya uluslararası bir takım yarışmalara yönlendirildiği ifade edilmiştir.

3.6.8 Kariyer Merkezinin Faaliyetlerinin Duyurulma Yöntemleri

Kariyer merkezinin öğrencilere tanıtımı kadar, merkezin faaliyetlerinin duyurulması da önemli bir başka faaliyettir. Merkezlerin bu amaçla birden fazla yöntemi birlikte kullandıkları, yani "sosyal medyayı (facebook, twitter, instagram vb.)", "yazılı materyalin dağıtılmasını" (afiş, broşür, kitapçık vb.)", "web sitesini", "fakülte-bölüm bazında bilgilendirme toplantılarını" sıklıkla kullandıkları tespit edilmiştir.

Merkezler tarafından en yaygın tercih edilen yöntem başta "facebook olmak üzere, instagram, linkedln ve twitter gibi sosyal medya" araçlarının kullanılmasıdır. Merkez çalışanları bunun nedeni olarak öğrencilerin bu araçları yaygın olarak kullanmakta olduklarını göstermektedir. Eğer daha çok sayıda öğrenciye ulaşılmak, onların ilgisini çekmek ve hizmetlerinden faydalanmalarını sağlamak istiyorlarsa, bu araçları kullanmaları ve aynı zamanda teknolojik gelişmeleri de yakından takip etmeleri gerektiğini ifade etmektedirler. Bu konuyla ilgili görüşler aşağıda sunulmuştur:

> *"Sosyal medyayı en aktif kullanan üniversitedir. Hepsini aktif kullanırız. Birlikte iş yaptığımız kulüplerin hesabını da yönetiriz. Tuşa bastığımızda 170-200 bin üyeye ulaşır. Kendi hesaplarımızda var. Sosyal medyayı iyi kullanırız .4 kişiyle bu etkinlikleri ancak böyle kurtarırız. Bizim ilk yardımcımız dijital araçlar dijital ortamlardır…" (KM-12).*

> *"Facebook'u yoğun olarak kullanıyoruz, bu sene Instagram'ı çok yoğun olarak kullanmamıştık, geçtiğimiz sene öğrencilerle görüştüğümüzde şu an Instagram'ın Facebook'un çok önünde olduğunu gördük, dolayısıyla bu sene etkili olarak instagramı da kullanıyoruz. Ama şu ana kadar iş başvurusu, ilan, tanıtım web*

sayfamız var, ama web sayfası çok verimsiz kalmaya başladı. Öğrenci takip etmiyor yani web sayfası açıkçası demode oldu diyebilirim…"(KM-19).

"Facebook var. Twitter var ama çok aktif değil ama üniversite öğrencilerinin Facebook ile haşir neşir olması nedeniyle biz Facebook sayfamızı aktif olarak kullanmaktayız sosyal medya araçlarından…" (KM-5).

"Sosyal medyayı kullanıyoruz, aynı şekilde linkedln, facebook, tweeter hepsinde hesaplarımız var, oradan duyuruları yapıyoruz…" (KM-20).

"Üniversitenin kendi facebook, twitter sayfalarından duyurusunu yapıyoruz, benim her şeye ulaşmam da zor. Merkeze, Rektörlüğe biz söylüyoruz, Basın Müşavirliği'ne söylüyoruz…" (KM-9).

Yazılı materyallerin dağıtılması (afiş, broşür, kitapçık) konusundaki görüşler de şu şekilde ifade edilmektedir:

"Küçük küçük broşürler. Kariyer Merkezi tanıtıcı broşürleri bunlar. Tabi biz bunu okullara gittiğimiz zaman, fakültelere yüksekokullara gittiğimiz zaman, tanıtım toplantıları yaptığımız zaman öğrencilere veriyoruz bunları, dağıtıyoruz. Stant kurarak dağıtıyoruz…" (KM-5).

"Etkinlik sırasında afiş basıyoruz. Fakültelere, Dekanlıklara gönderiyoruz, onlar uygun buldukları panolara asıyorlar. Bu afişleri için de Basın Müşavirliği'nden yardım alıyoruz. Orada grafikerler var, onlar düzenliyor sağ olsunlar…" (KM-9).

"Okullara broşür dağıtıyoruz. Fakültelere, yüksekokullara…" (KM-18).

Web sitesiyle ilgili görüşler şu şekilde ifade edilmektedir:

"Evet tabi. Hemen açalım. Şurada bir web sitemiz var, kendimiz kullanıyoruz. Biz de isterdik ki bir teknik elemanımız olsun ama yok, mecburen biz bunu da öğrendik…" (KM-5)

"Web sayfasına kesin yüklüyoruz. Ondan sonra Instagram'a yüklüyoruz. Facebook'a yüklüyoruz…" (KM-18)

Fakülte-Bölüm düzeyinde bilgilendirme toplantıları ile ilgili görüşler şu şekilde ifade edilmektedir:

“Okul açıldığı dönemde birinci ikinci sınıf öğrencilerine bilgilendirme toplantıları yapıyoruz…” (KM-5)

“Bu sene birinci sınıflara tanıtım toplantıları düzenledik. Hocaları da davet ettik. Biz neyiz, ne yapıyoruz, bugüne kadar ne yaptık. Bir sunum hazırladık. Her fakülte için ayrı düzenledik. Günlerimizi ayırdık, afişlerle duyurduk. Biz ne işe yarıyoruz anlattık, sunumlarımızı gerçekleştirdik…” (KM-8)

Diğer faaliyetler olarak adlandırılabilecek faaliyetler de şu şekilde ifade edilmektedir:

“İlk oryantasyonla başlıyoruz ilk yaptığımız çalışmalardan biri. İdari birimler ve merkezler kendilerini tanıtıyorlar yeni gelen öğrencilere onu yapıyoruz…” (KM-14)

“Dönem başında oryantasyon sırasında merkeze yakın bir yerde kariyer merkezinin standının açılması yararlı oluyor…” (KM-16)

Özetlemek gerekirse, afiş ve broşür gibi yazılı materyalin dağıtımı yaygın olarak kullanılan yöntemlerden birisidir. Özellikle etkinliklerin duyurulması için merkezlerin neredeyse tamamı, afişler hazırlanmakta ve üniversitelerin özellikle öğrencilerce yoğun olarak kullanılan birimlerinde sergilenmesini sağlamaktadır. Broşürler ise etkinlikler sırasında öğrencilere dağıtılmaktadır. “Fakülte-bölüm bazında bilgilendirme toplantılarıyla da” fakülte ve yüksekokullarda kariyer merkezleri tanıtılmakta, faaliyetleri hakkında öğrencilere bilgi verilmektedir. Üniversitenin ve merkezlerin “web sayfaları da” gerek merkezin tanıtımında gerekse etkinliklerin duyurulmasında birçok merkez tarafından kullanılmaktadır. Diğer faaliyetler başlığı altında ise, yeni mezunlar içim düzenlenen “uyum haftası (oryantasyon)” çerçevesinde düzenlenen tanıtım faaliyetleri ifade edilmiştir. Merkez çalışanlarına göre kayıt esnasında kariyer merkezleri hakkında öğrencilere bilgi verilmesi, gelecekte merkezin tanınırlığını sağlamada yararlı bir faaliyettir.

3.7 Finansal Konular

Üniversite kariyer merkezlerinin finansal durumuyla ilgili bulgular üç alt başlık halinde aşağıda sunulmuştur.

3.7.1 Bütçe

Üniversite Kariyer Merkezlerinin bağımsız bir bütçeye sahip olup olmadıkları, hatta buna gerek olup olmadığı tartışmalıdır. Bu araştırma kapsamında görüşme yapılan merkez yöneticileri ve çalışanlarından bazıları merkezin bağımsız bir bütçesinin olması gerektiğini, merkezin faaliyetlerini esnek bir biçimde gerçekleştirebilmesi için buna gereksinim duyulduğunu vurgulamışlardır. Ancak birçok yönetici de merkezin ihtiyaçlarının zaten rektörlük tarafından karşılandığını, dolayısıyla bağımsız bir bütçeye gerek olmadığını ifade etmişlerdir. Aşağıdaki alıntılarda da görüleceği gibi, bu konuda bir fikir birliği olduğu söylenemez.

Bütçe konusundaki görüşleri açısından iki üniversite diğer 18 üniversiteden belirgin bir biçimde ayrışmaktadır. Bir merkez yöneticisi, merkezin özel sektör mantığı ile işlediğini, yani kendi bütçelerini kendilerinin oluşturduklarını, bunun da merkezi aktif tuttuğunu ifade etmektedir:

> *"Biz kendi bütçemizi kendimiz oluşturuyoruz. Harcama yetkilisi de merkez müdürü oluyor"* (KM-13)

Üniversitelerin bir çoğunda kariyer merkezinin çalışmaları kısaca şu şekilde açıklanabilir: Öğrenci kulüpleri kariyerle ilgili bir etkinlik düzenlemeyi planlamakta, daha sonra bu etkinlikleri için sponsor arayışına girmekte, merkezin kurumsal kimliğinden de yararlanılarak bulunan sponsorlardan sağlanan parasal kaynaklar da kariyer merkezine aktarmaktadırlar. Harcamalar da bu kaynaklar kullanılarak yapılmaktadır. Sponsor bulmak, onları para ödeme konusunda ikna etmek için sarf edilen çaba, merkezin hem sektörle bağlantısını arttırmakta hem de kendi yarattığı parayı özgürce harcayabilme imkanına kavuşturmaktadır. Buna ek olarak, sponsor arayışı Merkez müdürünün ifadesiyle "merkezin ataletten kurtulmasına" da hizmet etmektedir. Zira tıpkı özel bir firma gibi para kazandıkça güçlenmekte ve faaliyetlerinin nicelik ve nitelik bakımından zenginleşmesini temin etmektedir:

> "*Doğrudan bir bütçe tanımlanırsa belki. Ama çok ta şey yapmayalım (çok şart değil). İş yapar arkadaşlarımız, mutlaka çalışırlar ama genel anlamda baktığımızda yani tüm kariyer merkezleri açısından, belki böyle bir atalete de götürebilir. Belki özel sektör gibi olması açısından, daha dinamik tutması açısından böylesi de yararlı olabilir*."

Bağımsız bütçe imkânına sahip diğer Üniversite de KM-13'dür.

> *"Uygulama ve araştırma bütçesi olacak burada, aksi bir şey olsa bizim buradaki rahatlığımız olmaz. Bizim burada bütçemiz var. Vakıftan bu bütçeyi kullanabiliyoruz. Biz kazandığımız için rektörümüz de sağ olsun harcama yetkisi veriyor."* (KM-13)

Bu görüşmede ifade edilen "bizim bütçemiz" sözü, Araştırma Uygulama Merkezi bünyesinde faaliyet gösteren kariyer merkezleri için bağlı olunan bu akademik birimin yarattığı öz gelirden aktarım yapıldığı izlenimi vermektedir. Bilindiği gibi, araştırma uygulama merkezi projeler aracılığıyla kaynak yaratabilmektedir. Ancak bu kaynaktan Kariyer Merkezine nasıl para aktarıldığı yani mali prosedürün ne olduğu görüşme yapılan kişilerce de izah edilememiştir.

Bir diğer özgün örnek, finansal kaynağın Üniversiteye ait vakıflar üzerinden temin edildiğine işaret etmektedir:

> *"Benden önceki müdür hocamız …. Üniversitesi Güçlendirme Vakfı hesabı üzerinden gidiyor ve şartlı bağış olarak yapılıyor. Dolayısıyla onun üzerinden oraya yatırılıyor ve onun üzerinden harcama yapılıyor. Oraya tahsis edilen bir hesap. Yani bizim hesabımıza yatırılıyor ve bizim hesabımızdan da her belgeyi imzalayarak Güçlendirme Vakfı'nın yönetim kurulu onayı sonrası harcama yapılıyor."* (KM-19)

Diğer üniversitelerdeki Merkezlerin çoğu bağımsız bir bütçelerinin olmayışından şikâyetçidir. Bazılarının görece bütçe olmamasını önemli bir sorun gibi algılamamalarının ardındaki sebeplere bakıldığında iki husus ön plana çıkmaktadır: **Döner sermayeden** yararlanma ve sempatik kanallardan rektörlükle kurulan iyi ilişkiler sayesinde idari ve mali işler (**Strateji Daire Başkanlığı**) kanalıyla ihtiyaçların karşılanması:

> "*Rektörlüğe bağlı…. orası Okey derse yapabiliyoruz .Ama onun Okey demesi lazım….Bununla (*kariyer Merkezini kast ediyor*) ilgili bir bütçe kalemi yok, onlar da bir yere uydurmaya çalışıyorlar….. ellerindeki imkânlarla sınırlı…Ayrıca bize ait bir bütçe yok. İdari ve mali işlerden destek alıyoruz*" (KM-15).

> "*Resmi kamu bütçesi olarak bir harcama birimi değiliz, döner sermayemiz de yok. Rektörlüğe bağlıyız. Strateji daire başkanlığına yazarak para harcama imkânımız yok, böyle bir talepte bulunduk döner sermaye açmamız istendi. Ama döner*

sermaye açıldığı zaman ekstra bürokratik süreçleri var. Merkezin bir bütçe kaynağı yok (KM-14).

*"Rektörlüğümüz ve sponsorlarla finansal konuları hallediyoruz" (*KM-8*).*

"Döner sermaye, bu eğitim verdiklerimizin kurum hissesi döner sermayemize düşüyor. Masraflarımızı yasal çerçeve ne kadar müsaade ediyorsa oradan kullanıyoruz." (KM-1)

Öte yandan bazı merkez yöneticilerinin bağımsız bir bütçelerinin olmamasını kendileri için bir avantaj olarak algılamaları da ilginç bir bulgudur:

*"Bütçemiz yok. Gelir getiren bir faaliyetimiz de yok. Yani kafamız rahat" (*KM-20*)*

Bu düşüncenin ardında, **yönetim desteğinin olmaması** ile **bürokratik prosedürlerden uzak durma isteği** ve finansal kaynak aktarılırsa **merkezden beklentilerin çoğalacağı kaygısı**, özellikle çarpıcılık kazanmaktadır:

"*Üniversitemiz kariyer merkezi para kazansın demedi hiçbir zaman. Biz para kazansak daha iyi bir yerimiz daha iyi bir imkânımız olur değil mi? O zaman beklentiler daha fazla olmaya başlar*." (KM-20)

"*Bazı Merkezlerin kendi bütçeleri olabiliyor. Bize dediler ki Merkez olarak bütçe istiyor musunuz? Ben birkaç Merkezle de görüştüm var ama hocam çok ağır prosedürel bir süreci var dediler…" (*KM-16*)*

*"Ama döner sermaye açıldığı zaman ekstra bürokratik süreçleri var." (*KM-14*)*

*"Aslında bizim çok paraya ihtiyacımız olmuyor açıkçası. Biz yapmış olduğumuz hizmetleri öğrencilere olabildiğince ücretsiz yapmaya çalışıyoruz. Para işi hiç güzel değil. Biz uğraşmak da istemiyoruz zaten. Hesap kitap işleri güzel değil. Zaten iş yapıyoruz bir de hesap uzmanlığı mı yapacağız." (*KM-5*)*

Benzer şekilde yine büyük üniversitelerden birindeki merkez müdürü, sponsorluk sürecinde elde edilen maddi kaynak yerine farklı mali bağışların çok daha içlerine sindiğinden söz etmektedir:

"gelen firmalar katılım karşısında zaten biz nakit para alma gibi kamu kurumlarının bir derdi var, istemiyoruz hatta çünkü onun o kadar yasal ve ağır bir prosedürü var

ki onun yerine bizim ne ihtiyacımız var? Ulaşım onu sağlıyorlar. Biz diyoruz ki öğrencilerimiz kariyer günlerine gelecekler. Nereden gelecekler? İşte örnek veriyorum mühendislikten. Nerede mühendislik? Maltepe'de. Servisle getir. Tamam diyor. Onun karşılığında KM-9 *Üniversitesi'nde stant açıyor. Stant için para almıyoruz artık. Geçen sene almadık. Para istemiyoruz dedik biz. Bunun yerine staj, mülakat, işe alım ve hizmet alımı. Yani diyor ki ben para vermeyeyim, örnek veriyorum, firma ben 300 kg çay dağıtayım diyor, ne yapacağım ben çay, onun yerine 2 tane öğrenci işe al. Bakış açısı farklı tabi onların biraz daha gider olarak gösterdikleri için." (*KM-9*)*

Ancak özellikle büyük üniversiteler az da olsa merkezlerin bağımsız bütçeye sahip olmasını oldukça çarpıcı örnekler eşliğinde dile getirmektedirler:

"*Bir bütçemiz yok. Maalesef…..Bence en öncelikli ihtiyaç bütçe. Küçük de olsa harcama yetkilisi olabileceğimiz bir paramız olsa… Neler yapardık kim bilir? Çay kahveyi bile misafirlerimiz için cepten alıyoruz. Gelen misafire bir anı hediyesi sunamıyoruz. Kariyer günlerine konuşmacı olarak katılan birine binbir zahmetle halledebilirsek bir hediye verebiliyoruz… Zaten para ödememiz mümkün değil, bari bir yemeğe götüreli diyoruz. Kendi cebimizden oluyor bu tür jestler. Ama nereye kadar ??*" (*KM-2*)

*"Bir kuruluşu ziyarete gittik, bir STK ya. Kendi arabamızla gittik. Kendi hediyemizi alarak gidiyoruz. Burada çalıştığımız zaman öğrencilerimize biz çay ısmarlıyoruz. …. Burası kariyer merkezinde çalışanların bütçesiyle yürüyen bir yer. Bütçe yok. …bizimkiler de araç verir." (*KM-10*)*

Merkezin bağımsız bir bütçeye sahip olması yönündeki taleplerin, merkezin etkinlikleri kadar varlığını koruması ve sürdürebilmesi açısından da (örneğin merkezin faaliyetlerine gönüllü olarak destek veren öğrencilere bazı imkanlar sunabilmek gibi) kritik bir değeri olduğu anlaşılmaktadır:

"Çocuklar buraya akşamları geliyor, toplantı yapıyoruz. Karınları aç, bir çay içmek istiyorlar. Bizim üniversitede öğrenci profili sizinkiyle denktir. Burada kaynak olmayan durum… Çocuklar var, şurada yemek yiyip öyle gideyim, yemek sipariş edeyim diyebilen çocuklar değil ki bunlar. Hem aç hem gönüllü çalışılmaz ki. Bazen burada çalışan kimseler bunları kişisel olarak karşılıyorlar. Bu sorunlar hep bütçeye dayanıyor." (KM-10*)*.

Bütçe olmadığı durumda, daha önce de ifade edildiği gibi, üst yönetimin desteği daha da önemli hale gelmektedir. Büyük üniversitelerde bu tür taleplerin kişisel ilişkilere dayalı olarak temin edilmeye çalışılması sorunu bazen içinden çıkılmaz hale getirebilmektedir:

> *"…sen yemek mi yiyeceksin? diyor mesela misafirlerine yemek mi vereceksin?* KM-10 *lokalinde yemek yedirteceksin diyor. Sen para veremezsin diyor… Sen faturayı stratejiye gönderecek diyor, sen buradan para çıkaracaksın. Yapacağınız hizmetleri şuralara asalım dedik. Kırtasiyeci faturayı stratejiye götürüyor, ben buradan öde diyorum. Yani bu aldığınız parayı siz bu yasal zemin, biz yasanın dışına çıkalım demiyorum da yani….Keşke benim de 100.000'lik bir bütçem olsa da ben buraya şirketleri de getirsem ama böyle bir şey yok." (*KM-10*)*

Bu araştırma kapsamında doğruda veri toplanmamış olsa da, genelde vakıf üniversiteleriyle karşılaştırıldığında devlet üniversitelerindeki kariyer merkezlerinin en zayıf yanlarından biri, bütçesinin olmayışıdır. Bu bulgu, proje kapsamında geliştirilmesi planlanan modeller için KM-13 Üniversitesindeki modelin işlevselliğini, bu yapının modele dahil edilip edilmeyeceğinin dikkatle değerlendirilmesi gerektiğini daha da önemli hale getirmektedir.

3.7.2 Harcama Kalemleri

Üniversite kariyer merkezlerinin harcama kalemleri hemen hemen aynıdır. Merkezin harcama giderleri Tablo 3.'de gösterilmiştir. Tablo 3.'de de görülebileceği gibi üniversite kariyer merkezlerinin harcama yaptıkları alanları aslında finansal sorunlara da işaret etmektedir. Maddi kaynak kullanmayı gerektiren ve sıklıkla dile getirilen alanların başında, "konuk konuşmacı ya da firma temsilcilerinin ulaşım ve ağırlanma masrafları" (8 katılımcı) gelmektedir. Bunu afiş-broşür basımı (3 katılımcı) ve kırtasiye malzemesi temini (2 katılımcı) ile küçük hediye ya da ödül sunumu masrafları (2 katılımcı) izlemektedir. Ancak ilginç ve çarpıcı bir harcama kalemi, taşeron işçi olarak personel temini şeklinde ortaya çıkmaktadır (KM-13):

> "*Bir de asıl gider kalemimiz hizmet alım gideri, Nisandan sonra o da kalkacak ama mesela C, bizde en başından beri hizmet alımı yoluyla istihdam ediliyor. En büyük kalem personel gideri. ……. Önceden böyle 2 elemanımız vardı ama şimdi 1'e düştü. Hatta bu kaynak olmaması nedeniyle sanırım, 2015'ten sonra bize dediler ki kim çalıştırıyorsa parasını o ödesin. Bu söylendikten sonra ancak bir sene devam edebildik iki personelle. Geçen sene itibariyle artık bire düşmek zorunda kaldık çünkü o kadar da gelir olmuyor yani." (*KM-13)

Tablo 3. Finansal sorunlar: harcama kalemleri

ÜNİVERSİTE	İLGİLİ İFADE	SORUN
KM-5	*"Biz bir etkinlik yapacağımız zaman bunu broşür olarak basamıyoruz. Üniversitenin kendi matbaası var fakat bunun bir maliyeti var doğal olarak. Bir etkinlik yapacağımız zaman onu el ilanları tarzında mesela cami çıkışı dağıtalım, o olay yok. "*	*Broşür basımı*
KM-15	*Bazen istediğimiz konuşmacılar var getirmek istiyoruz. Onların bütçesiyle ilgili sıkıntılar yaşıyoruz. Üst yönetim birçok konuda destek olmakla birlikte onlarda da bütçe kısıtlaması söz konusu, bu nedenle bütün istekler arasında bizim istekler üst tarafa çıkarsa oluyor ama çıkmazsa da olamıyor. Çok iyi konuşmacılar var tespit ettiğimiz alanında iyi onlar zaten bu işi profesyonel şekilde yaptıkları için onların bazılarının gelişi 10 bin liradan başlıyor.*	*Davet edilen konuşmacının /misafirin masraflarının ödenmesi*
KM-14	*Afiş basma konusunda sıkıntılar yaşıyoruz. Şöyle; afiş basma noktasında kariyer günleriyle ilgili olmuştu, sponsor bulmuştuk. Üniversitede büyük afişleri basacak matbaamız yok. Büyük afişler için ek kaynak bulmamız lazım, bazen kendimiz karşılıyoruz. Sadece yapı işleri daire başkanlığının büyük projeleri çıkardığı (baskı makinası) var onu da kullandırmıyorlar. Matbaamız yok, bu da bize ciddi rakamlara mal oluyor. Büyük afişler yapamıyoruz. Yaptırsak da kendimiz karşılıyoruz, ek kaynak sağlıyoruz*	*Afiş Basımı*
KM-18	*Öğrenciyi bir yere götürdüğünüz zaman öğrencinin sigortasını bile yaptırmak gerekiyor, ulaşım sigortasını. Bunlar hepsi bütçe ile olan işlerimiz; bunları nasıl çözüyoruz? Sağlık Kültür Dairesine yazı yazıyoruz, onlar da bütçemiz yok diyor veya var diyor.* *Bizden mezun olup da işi iyi olan insanları buraya çağıralım, konuşsunlar, etkinlik yapalım. Bütçe... Yani hepsi parayla oluyor bunların. Mezunlar için en basit bir etkinlik yapıyoruz, 4-5 bin lira para gidiyor. Onun içeceği su, kola, meyve suyu, kuruyemiş, … Artı yemek yiyor insanlar, akşama kadar.*	*Teknik gezide öğrencinin seyahat sigortasının yaptırılması* *Mezunlar içinden başarılı kariyeri olanların üniversiteye davet edilmesi ve masrafların karşılanması* *Toplantılardaki ikram masrafları*
KM-10	*"Konuşmacıları İstanbul'dan belirledik diyorlar. Nereden alacağız parayı. Uçak biletlerini bile farklı saatlere almışlar. Alfa kuşağı diyorlar ya bunlara. ….Her birine ayrı uçak saati, shuttle hizmeti istiyorlar. Bizde ne uçak ne shuttle parası var. Ben gidip karşılayacağım."*	*Katılımcıların ulaşım-konaklama masrafları* *Shuttle Hizmeti*
KM-3	*Sadece sizin menfaatinize bir konuşma talep ediyorlar ve siz ister istemez bu yapmış oldukları hizmeti, ödüllendirmek istiyoruz. Bundan daha doğal ne olabilir. Dolayısıyla bir çiçek, bir buket, bizi hatırlasınlar, kendilerini önemli kıldığımızı hatırlasınlar diye, bunu yapmak istiyoruz. Fakat biliyorsunuz kanun çiçeklerin ve plaketlerin sunumuna engel genelgelerle, talep edemiyoruz.*	*Gelen konuşmacıya anı – teşekkür hediyesi (çiçek vb)*

KM-10	*"….şirketlere gidiyorum. Adam beni yemeğe davet ediyor. Benim de onu yemeğe davet etmem lazım. Ben bunu kendi cebimden yaptım geçen dönem… Rektör yardımcısını davet ettim, işim var gelemem dedi. Gelse, hesabı ya üniversite ödeyecek ya o ödeyecek cebinden, ama hocam şimdi bu kariyer merkezi müdürünün cebinden olacak bir şey mi? Böyle olmaması lazım. Şimdi siz de müdürsünü,z bakın ben şimdi size söyleyeyim herhalde kişisel olarak iyi bir bütçe ayırmışsınızdır kariyer merkezi olarak"* *"Yani mesela fuar düzenlemeyi düşünüyor kariyer merkezi, Geçen mailde de yazmıştım, kübik iskeletlerin standlarının kurulması, bunların hepsi bir maliyet…."*	*Firma görüşmeleri için ulaşım ve yemek masrafları* *Ziyarete gelen firma sahiplerinin ağırlanma masrafları* *Fuarlar için stand kurulması*
KM-2	*Bence en öncelikli ihtiyaç bütçe. Küçük de olsa harcama yetkilisi olabileceğimiz bir paramız olsa… Neler yapardık kim bilir? Çay kahveyi bile misafirlerimiz için cepten alıyoruz. Gelen misafire bir anı hediyesi sunamıyoruz. Kariyer günlerine konuşmacı olarak katılan birine bin bir zahmetle halledebilirsek bir hediye verebiliyoruz… Zaten para ödememiz mümkün değil, bari bir yemeğe götürelim diyoruz. Kendi cebimizden oluyor bu tür jestler. Ama nereye kadar?*	*Misafirler için çay kahve yemek ikram masrafları* *Gelen konuşmacıya anı –teşekkür hediyesi (çiçek vb)*
KM-7	*"…ağırlama, temsil. Sıcak içecekti, ufak tefek pasta ikramları falan yapacağız bunu bile firmalara yaptırıyorduk. Ne zaman ne istesek kaynak yoktu yani"*	*Misafir ağırlama*
KM-16	*"İşyeri firma ziyaretleri, İlçelere gidiş, Seminer vermek amacıyla uzman getirdiğimizde geliş-gidiş, ödeme vb. etkinlikler için finansal destek gerekir.*	*Firma ziyaretleri* *Konuşmacı ağırlama masrafları*
KM-9	*"Kâğıt kalem istiyoruz. Zarf oluyor bazen işte davetiye dağıtacaksak"*	*Kırtasiye İhtiyaçları*
KM-2	*Şehir dışında bulunan meslek yüksekokullarına Rektörlüğün tahsis ettiği araçlarla gitsek bile diğer yerlere tamamen kendi imkânlarımızla gidiyoruz. Harcama kalemlerimiz yok, İdari ve Mali İşler Daire Başkanlığı'ndan ihtiyacımız olduğunda kağıt, kalem ve kartuş gibi ihtiyaçlarımızı talep ediyoruz* *Kırtasiye malzemeleri, matbaa giderleri vs*	*Firma vb kurum ziyaretleri için ulaşım masrafları* *Kağıt, kalem ve kartuş gibi kırtasiye ihtiyaçları*
KM-13	*Bir de asıl gider kalemimiz hizmet alım gideri, Nisan'dan sonra o da kalkacak ama mesela C bizde en başından beri hizmet alımı yoluyla istihdam ediliyor. En büyük kalem personel gideri.* *P: Önceden böyle iki elemanımız vardı ama bire düştü. Hatta bu kaynak sebebiyle zannedersem.* *F: Daha önce biz karşılamıyorduk, rektörlüğümüz karşılıyordu. Cerrahpaşa tıp fakültesi, diğeri de HAGED diye bir birimimiz vardı. Zannedersem 2015'ten sonra bize dediler ki kim çalıştırıyorsa parasını o ödesin. Bunu dedikten sonra bir sene devam edebildik iki personelle. Geçen sene itibariyle artık bire düşmek zorunda kaldık çünkü o kadar da gelir olmuyor yani*	*Taşeron Personel istihdamı*

3.7.3 Finansal Sorunlar İçin Başvurulan Çözüm Yolları

Kariyer merkezinin bir bütçesinin olmaması, harcama gerektiren durumların Rektörlüğe resmi yazı ile ihtiyaçların bildirilmesini ve bunların rektörlükçe karşılanmasını beklemeyi gerektirmektedir. Ancak bu yazışmaların kimi zaman bürokratik kurallar nedeniyle yöneticileri yılgınlığa sevk ettiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle bazı durumlarda yöneticiler kişisel olarak masrafları kendileri üstlenmek zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir. Bunun oldukça yaygın bir uygulama olduğu da anlaşılmaktadır:

> *"Rektörlük tarafından bir bütçe ayrılmadığı için, çoğu zaman hocalarımızın kişisel katkılarını kullanarak işlerimizi yürütmeye çalışıyoruz (KM-2-uzman)*

> *"Rektörlüğe yazı yazıyorum, talep ediyorum. Olur derlerse onlar hallediyor. Ama örneğin gelenlere ikram etmek için çay alalım diye Rektörlüğe yazı yazamam ki!" (KM-2-yönetici)*

> *"… Biliyorsunuz, kanun çiçeklerin ve plaketlerin sunumuna engel genelgelerle, talep edemiyoruz. Bunların tamamını emin olun cebimizden karşılıyoruz, ilk zamanlarda cebimden çok karşıladığım oldu, helali hoş olsun, o konuda hiçbir şey demiyorum". (KM-3)*

Başvurulan bir diğer çözüm yöntemi, sponsor sağlama şeklinde belirginleşmektedir (KM-9, KM-14, *KM-3* ve KM-8):

> *"İdari ve mali işlerden destek alıyoruz. Alamadıklarımızı da sponsorlarla halletmeye çalışıyoruz." (*KM-8*)*

> *"Ya da işte kariyer günlerine gelen firmaların sponsorlukları kapsamında bazı şeyleri karşıladılar." (*KM-9*)*

> *"….toplulukların civar kuruluşlardan kurumlardan ya da esnaflardan diyeyim, belli oranlarda aldıkları, gayri resmi, sponsorlukla ancak karşılıyoruz. Aksi takdirde, kuruma gelen kişiye çok teşekkür ederiz deyip göndermek çok da mümkün olmuyor. " (KM-3)*

Bir diğer başvurulan yöntem, vakıf üzerinden masrafları karşılamayı denemektir:

> *"Biz burada profesyonel fuarcılık olarak algılarız kariyer zirvesini. Metre kare üzerinden standları satarız. Fakülteye de yere göre de değişir fiyatlar. Gelirler*

vakfa yatırılır. KM-13'ün *vakıfları var. Tabii biz vakıftan yararlanıyoruz. Bir vakıf payı var, onu keser. Devlet üniversitesi olsa da çözümünü üretiyorsunuz aslında" (*KM-13*).*

Bir merkezin ise İŞKUR yardımıyla masrafları karşılamayı düşündükleri anlaşılmaktadır:

"Biz harcamalarımızı eğitimle ilgili harcamalarımızı şu an sadece İŞKUR'dan karşılıyoruz. Kariyer günleri yaptığımızda da sponsor firma arıyoruz. Onun dışında gelir kaynağımız yok. Kamu kaynaklarından karşılıyoruz. Normal işlerimizi tabi karşılayamıyoruz. Fiziki mekân ihtiyaçlarımızı kamu maliyetlerinden harcıyoruz" (KM-14)

Büyük Üniversitelerden biri, yöneticinin kendi bireysel çabasıyla elde edebileceği geliri merkeze aktarmanın yolunu aramaktadır, fakat bu yöntemin süreklilik taşımaması, çözümün palyatif ve akademisyenlerin inisiyatifine kalmış olduğuna işaret etmektedir:

"*Proje yaptık… Tanıtım ofisimiz birtakım harcamalar yapacak, proje yapıyor. Biz de KARMER olarak tanıtımlar içinde yer alıyoruz. Nasıl olduysa analiz işini bana sattılar. Veri toplayalım, proje yapıyoruz ama neye göre değerlendireceğiz? Sunacağımız bir rapor yok dediler raporu sen yaz. Yazarım ama KARMER'in ihtiyacı olan malzemeleri alalım dedim, iki tane notbook, bir printer aldık. Renkli lazer printer aldık. TEDX de renkli kart, davetiye bastırdık, ama kartuşu denemelikmiş, mürekkebi yok, bitti. Proje buranın günlük işleyişinin masraflarını karşılamaya yetmez."* (KM-10)

Öte yandan gelir getirici faaliyet planlama açısından yapılanlar ya da planlananlara ilişkin veriler incelendiğinde merkezden ziyade üniversiteye kaynak yaratıcı kariyer etkinliklerinden söz edildiği görülmektedir. Bunların içerisinde iki faaliyet ön plana çıkmaktadır: Kariyer Fuarlarında firmalardan elde edilen katılım bedeline dayalı gelir ile eğitim pazarlanması (kurs-sertifika vb). Her iki faaliyet de Merkezin doğrudan olmak yerine döner sermaye üzerinden para aktarılışına dayalı bir gelir yaratılmasına karşılık gelmektedir. Bazen üniversite vakıfları da stand bedeli tahsili için kullanılabilmektedir. Ancak görüşmelerden elde edilen veriler Kariyer Merkezlerinin bu süreç içerisinde sadece düzenleme-uygulama-takip etme işlevini üstlendikleri yönündedir. Parasal işlemler üniversitenin ya da vakfın ilgili kişilerince üstlenilmektedir (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4. Finansal sorunlara çare olan etkinlikler

Üniversite	İlgili İfade	Gelir Yaratma Yöntemi
KM-7	*Mümkün değildi. Yasal düzenlemeyi biliyoruz çünkü. Bu çerçevede döner sermaye işletmesi kurulması gerekiyor. Buna ilişkin de yönetmelikler şunlar bunlar incelendi. Eğer ille de sertifika programları, eğitim programları paralı olacaksa o ERSEM bünyesinde yapılması gerekir diye rektörlük yazısı geldi. Biz de onu arşivimize koyduk, bir daha da söylemedik yani.*	Eğitim Programı Açma
KM-13	*Gelir getiren faaliyetlerimiz de işte senede yaptığımız 5 büyük etkinliğimiz.*	Kariyer Günleri Kariyer Fuarları (Stand bedeli tahsili)
KM-13	*Biz burada profesyonel fuarcılık olarak algılarız kariyer zirvesini.* ***Metre kare üzerinden satarız. Fakülteye de yere göre de değişir.*** *Gelirler vakfa yatar.* KM-13'ün *vakıfları var. Tabii biz vakıftan yararlanıyoruz. Bir vakıf payı var onu keser. Devlet üniversitesi olsa da çözümünü üretiyorsunuz aslında. ……. ilk yıl öyle güzel bir hasılat yaptılar ki herkes gözünü oraya dikti yani, Kariyer Merkezi para kazanan yere gözüktü. ……... Biz çözüm odaklı çalışıyoruz. Biz böyle bir sorun var bize göre çözüm bu diyoruz."*	Kariyer Fuarı
KM-19	*Kaynak yaratma bizim, hiçbir etkinlikte bugüne kadar sektörden para almadık şu yaptığımız programlarda da. Ne öğrenciden ne şirketlerden para aldık. Tek gelir kaynağımız var kariyer fuarı, kariyer fuarında firmalardan belirli bir ücret alıyoruz, o ücret te aşağı yukarı kariyer fuarına harcıyoruz….Fiyatta anlaşıyoruz dolayısıyla taşıma, kurulum, kaldırma, temizleme vesaire şeyden tutun orada masa örtüsü hazırlamadan brandaların hazırlanmasına, büyük o şeylerin hazırlanmasına, billboardlar hazırlanmasına dediğim gibi sadece geçen sene 24000 tane afişin hazırlanmasına vesaire kadar, ki orada öğrencilerin yemek masrafları var sabahtan akşama kadar öğrenci çalışıyor şeyde. Mesela tam dokuzda geliyor öğrenci akşam beş buçuğa kadar orada duruyor yemek masrafı vesaire. Bunların karşılanması konusunda şeyde finansal ihtiyacımı karşılıyor.*	Kariyer Fuarı

Tablo 4'de de görüldüğü gibi, bir üniversite merkez yöneticisinin (KM-13) "Metre kare üzerinden satarız. Fakülteye de yere göre de değişir." sözü bir kamu kuruluşunda özel sektör mantığıyla hareket etme niyet ve isteğine sahip olunduğunu düşündürmektedir. Buna karşılık, bir diğer merkezin müdürü (KM-18) özellikle böylesi bir "pazarlama-satış" sürecinden ne denli imtina ettiğinden dem vurmakta; bir akademisyene uygun bulmamaktadır:

> *"Şimdi adamlar sertifika eğitimi yapıyor para alıyorlar veriyorlar. Onun hesabını veremeyiz. Ben ona karşıyım. Resmi olsa onun için bir tane muhasebeci lazım, döner sermaye kurmanız gerekiyor. Çok büyük bir aktivite olması lazım ki para dönsün resmi olarak. Öbür türlü şeylerde ben istemiyorum yani. Dedikodu, para oldu, dedikodu, biz altından kalkamayız. "*

3.8 Öğrencilere Yönelik Faaliyet Türleri, Hizmetlerin Planlanması ve Sunulması

Üniversite Kariyer Merkezlerinin hizmet sunduğu hedef kitle, öncelikle öğrenciler ve mezunlardır. Merkezin öğrencilere yönelik olarak halen ne tür faaliyetlerde bulunduğu, bu faaliyetlere nasıl karar verildiği, nasıl planlandığı ve gerçekleştirildiği, bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde kimlerin görev aldığı, karşılaşılan güçlüklerin neler olduğu gibi pek çok konuda, özellikle tek ve çok yerleşkeli üniversiteler için kariiyer merkezi modeli geliştirmek için bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Aşağıda, bu araştırma kapsamında görüşme yapılan merkez yöneticileri (n=26) ve uzmanlarından (n=26) bu konularda elde edilen bulgular yer almaktadır.

3.8.1 Bireysel Görüşme

Kariyer merkezleri tarafından gerçekleştirilen öğrencilere yönelik faaliyetler arasında bireysel görüşme ilk sırada yer almaktadır. Görüşme yapılan merkezlerde 13'ü (*KM-2*, KM-5, KM-7, KM-13, KM-13, KM-14, KM-9, KM-15, KM-16, KM-17, KM-18, KM-19 ve KM-20) öğrencilerin kariyer gelişimleri ve sorunlara yardım etmek amacıyla bireysel görüşmeler yapıldığını belirtmiştir. Diğer 7 üniversitede ise (*KM-1*, *KM-3*, *KM-4*, KM-6, KM-8, KM-10, KM-11) bireysel görüşme faaliyetinden söz edilmemiştir.

Bireysel görüşme faaliyetlerinden söz eden merkezlerde dikkat çeken bir husus, gerçekleştirildiği belirtilen bu bireysel görüşmelerde bireysel kariyer danışmanlığı hizmetlerinden ziyade, öğrencilerin sorunlarının çözümüne yönelik bilgi verici rehberlik hizmetinin veriliyor olmasıdır. Kariyer merkezlerinde çalışan personelin çok büyük bir bölümünün kariyer danışmanlığı alanında uzman olmayan kişilerden oluşması bu durumun en önemli sebebi gibi görülmektedir.

Bireysel görüşme için başvuran öğrenci sayısının azlığından yakınılmaktadır. Bir görüşme yapılan merkezlerden birinde bu durum şu şekilde ifade edilmiştir:

> "*Birebir görüşüyorum, ama çok fazla gelmiyorlar. Burada ne yapıldığını bilmedikleri için haftada ortalama olarak 3-5 kişi geliyor.r*" (KM-9)

> *"Kariyer merkezine genellikle üçüncü ve dördüncü sınıflar geliyor. Genellikle ikinci sınıfın sonunda staj yapmış öğrenciler geliyor bizlere. Birinci ikinci sınıfta direkten dönme şansı var ama üçüncü dördüncü sınıfta daha stabil bir durum oluşuyor. Genelde öğrenciler CV'm düzgün mü ya da mülakat için çok heyecanlıyım ne sorulursa ne diyeceğim gibi sorularla geliyorlar."* (KM-17)

Bazı üniversitelerde de öğrencilere ilişkin düzenlenen seminer, konferans gibi etkinliklere katılımın yetersiz olmasından dolayı bireysel görüşmelere ağırlık verildiği anlaşılmaktadır. Aşağıdaki ifade bu görüşe örnek verilebilir.

> "*Daha çok bireysel danışmanlık odaklı hareket ediyoruz çünkü gruplara yönelik seminerler düzenlemeye çalıştık onda da bir öğrenci gelince yine bireysel danışmanlığa döndük, yani öğrenciler çok ilgili değiller o konuda. O yüzden böyle kalabalığı toplamak kolay olmuyor. Biz de o yüzden bireysel danışmanlık yapmayı daha uygun buluyoruz. Zaten çoğu, herkesin içinde çok kişiye kariyerle ilgili sıkıntılarını anlatmak istemiyor, daha özel olmasını istiyorlar. Bu yüzden bireysel görüşme yaparak yüz yüze, onu tanımaya çalışıyoruz*" (KM-20).

Görüşme yapılan katılımcılar üniversitelerde binlerce öğrencinin olduğunu, buna karşın kariyer merkezlerinde bireysel görüşme yapacak uzman personelin olmamasını ya da çok sınırlı olmasını bireysel görüşme yapmanın önünde ciddi bir engel olarak görmektedirler. Aşağıdaki ifade bu görüşlere örnek verilebilir.

> *"Şimdi 4 kişi çalışıyorsanız bunlardan 1-2 tanesi kariyer görüşmesi yapabiliyorsa. Bizim psikoloji backgroundu olan arkadaşımız, ben görüşüyorum ya da diğer uzman arkadaşım. Şimdi şöyle matematiksel bir şey var. 2 kişinin 36 bin kişinin olduğu yerde kariyer danışmanlığı yapamazsınız. Yapıyorum diyorsanız ya yalancısınız ya da kendinizden haberiniz yoktur. Hakikaten acınacak durumdasınız.* (KM-13)

Rektörlük tarafından bireysel görüşme yapacak uygun bir personel görevlendirilmediğinden söz eden merkez bir merkez müdürünün aşağıdaki görüşleri bu durumu yansıtmaktadır:

> "*Bireysel görüşme yapmak, bu konuya vakıf olmak istedik… Psikoloji mezunu bir istihdamımız olsaydı o konuda bize çok destek olacaktı. Bir psikoloji mezunu almak istedik bu konular için. Öğrencilere kişilik testleri yapsın, bireysel görüşmeler gerçekleştirsin. O konularda tüm psikolojik danışmanlığı yerine getirsin istedik ama o da olmadı. Kariyer danışmanı olmadığı için bireysel danışmanlık yok maalesef*." (*KM-3*)

Merkezde uzman personel görevli değilse, doğal olarak merkezin sunduğu hizmetin yeterliliği de tartışılır. Bir merkez çalışanı bireysel görüşmelerde yönlendirme yapmadığını ve danışanı analiz ettiğini belirterek durumu şu şekilde ifade etmiştir:

"*Biz hemen her öğrenciye oturur oturmaz "Sen şu ol, sen bu ol." demiyoruz. Öncelikle o kişiyi analiz ediyoruz. Epey bir sürüyor, bu meşakkatli bir yol*".

Aynı merkez çalışanına, "bu odada iki personel bulunuyor, siz bir görüşme yapacak olsanız diğer çalışan odadan dışarı mı çıkıyor yoksa görüşmelerin yapılacağı başka bir oda mı var?" diye sorulduğunda şu cevabı vermiştir:

"*Çok gizli görüşmeler olmuyor ki.*" (KM-5)

Merkez çalışanının bu yaklaşımı, kariyer danışmanlığı görüşmelerinde gizlilik ilkesine uyulup uyulmadığı, hatta bu ilkenin öneminin farkında olunup olunmadığı sorusunu akla getirmektedir. Bu da aslında merkez çalışanlarının niteliği sorunundan bağımsız değildir.

Görüşme yapılan birkaç kariyer merkezinde (örneğin KM-13 Üniversitesi, KM-16 Üniversitesi) hem kariyer danışmanlığı hem de psikolojik danışmanlık hizmetinin farklı uzmanlar tarafından verildiği dile getirilmiştir. Bu merkezlerde öğrencilerin kariyer sorunlarına kariyer danışmanı, psikolojik sorunlarına ise psikolog hizmet sunmaktadır. Bu farklılık, görüşmelerde şu şekilde dile getirilmiştir:

"*Sorun psikoloji odaklı ise eğer mesela stres gibi kaygı gibi daha çok psikolog arkadaşımız ilgileniyor. Ama geliş nedeni iş arama, CV hazırlama, mülakat gibi konularla ilgili ise işletme kökenli arkadaşlarımız daha iyi yardımcı olabiliyor*" (KM-13)

"*İlaç kullanmayı gerektiren çok ağır vakalar pek olmuyor, olanları psikiyatra sevk ediyorum. Gelenler genellikle karşı cinsle ilişkiler, iletişim problemleri, uyum problemleri, ders, sınav kaygısı vb. oluyor. Bunlarla psikolog olduğum için ben ilgileniyorum*." (KM-16)

Bazı kariyer merkezlerinde öğrencilerin psikolojik sorunlarıyla da ilgilendiğini söyleyen ama psikolog ya da psikolojik danışman olmayan personel söz konusudur. Mühendis olmasına rağmen üniversite kariyer merkezinde kariyer danışmanlığı hizmeti sunan bir personelin, psikolojik sorunları olan danışanlara da destek olmak amacıyla bireysel görüşme yaptığını belirtmesi bu duruma örnek verilebilir:

"*Klinik olmayan psikolojik sorunları olanları, sınav kaygısı, yalnızlık sorunları, eğitim-öğretimle ilgili olanları ben de alıyorum, psikologa yönlendirmiyorum*". (KM-16)

Öğrencilerin bireysel danışmaya genellikle gelecek hedeflerini bilemedikleri, kafaları karışık oldukları için geldikleri ifade edilmiştir. Aşağıdaki ifadeler bu görüşlere örnek verilebilir:

> "*Hocam daha çok şeyle ilgili meslek konusunda gelecekte ne yapacağını bilmiyorlar. Yani temel sıkıntısı o, ne yapmam lazım. Daha çok üçüncü sınıf çocuklar geliyor ama dörtler daha işlevsel olarak geliyor. Daha çok iş ve staj için geliyorlar daha somut geliyor aynen. Özellikle son dönem gelen öğrenci çok fazla*". (KM-19)

> "*Kafaları karışık olduğu için okuduğu bölümden başka bir yöne nasıl atlayabilirim ya da piyasada staj olanağı olabilir mi o firmada nasıl çalışabilirim, bu tip konularla geliyorlar*." (*KM-4*)

Merkezde görevli personelin haftada ortalama kaç öğrenciye hizmet verdiği incelenmiştir. Görüşmelerde elde edilen verilere göre, Örneğin bir üniversitede kariyer danışmanı olarak çalışan bir personel (KM-16) haftada ortalama 15 öğrenciyle bireysel görüşme yaptığını belirtmiştir. Bir diğer üniversitedeki uzmanlar ise (KM-13) üç danışman olduklarını, biri doğum izninde olduğu için şu an iki kişi olduklarını, haftada kaç danışan ile görüştükleri sorunun dönemsel olarak çok değiştiğini belirtmişlerdir. Vize ve final haftaları ve tatil günlerinde çok az kişinin geldiğini, ama sınavların olmadığı zamanlarda günde ortalama danışman başına 2-3 arası danışmanlık randevusu gerçekleştiğini, bu sayının danışman başına minimum 2 olduğunu, bazen bu sayının dörde çıktığını, bu durumda haftada 30-40 bireysel görüşme yaptıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde görüşme sürelerinin danışanın geliş nedenine bağlı olarak 5 dakika ile 1 saat sürdüğü dile getirilmiştir. Bireysel görüşmelere önem veren ve bu konuda uzman personeli olan kariyer merkezlerinde görüşmelerin daha uzun sürdüğü, diğer üniversitelerde daha kısa sürdüğü dikkati çekmiştir. Örneğin bir üniversitede (KM-14) görüşmelerin ortalama olarak 1 saat sürdüğü belirtilmiştir. KM-13 Üniversitesinde ise kariyer danışmanlığı görüşmelerinin psikolojik danışma görüşmesinden çok farklı olmadığı, ortalama olarak 45-50 dakika sürdüğü, CV güncelleme veya iş mülakatı ile ilgili daha spesifik soruları olanlar geldiğinde görüşmelerin ortalama 30 dakika sürdüğü, ancak genel olarak 45-50 dakika sürdüğü belirtilmiştir.

Öğrencilerle bireysel görüşme yapan kariyer merkezlerinde genellikle online randevu sisteminin olduğu, ancak randevusuz gelenlerin de geri çevrilmediği dile getirilmiştir.

3.8.2 Kariyer Merkezinde Kullanılan Bireyi Tanıma Teknikleri ve Araç-Gereçler

Görüşme yapılan kariyer merkezi uzmanlarına "*Bireyi tanıma amacıyla hangi tekniklerin kullanıldığı, danışanların ilgi, yetenek, kişilik özellikleri, meslek değerleri vb. yönlerden kendilerini daha iyi tanımaları için test veya envanter türü ölçme aracı kullanıp kullanmadıkları, kullanıyorlarsa bu test ve envanterlerin adlarının ne olduğu ve nasıl elde edildiği (*internetten, ilgili kurum/kişiden izin alarak, ücret karşılığı/satın alma yoluyla vb.*)* soruları yönetilmiştir. Bu sorularla elde edilen veriler aşağıda sunulmuştur.

> *Kariyer merkezlerinde kişi hakkında nesnel bilgiler elde etmek ve bireyi tanımak amacıyla test ve envanterlerin yaygın olarak kullanılması beklenir. Üniversite kariyer merkezleri bu açıdan incelendiğinde, 20 merkezden 7'sinde* bireyi tanımak amacıyla test veya envanter kullanıldığı (*KM-2*, KM-5, KM-16, KM-18, KM-13, KM-14 ve KM-20), diğer 13 üniversitede ise kullanılmadığı belirlenmiştir.

Merkezde kullanılan test ve envanterlerin geçerli ve güvenilir araçlar olması gerekir. Bu bağlamda cevabı aranan bir diğer soru da, hangi test ve envanterlerin kullanıldığıdır. Görüşmelerde test ve envanter kullandığını belirten 7 üniversite kariyer merkezinden 3'ü (*KM-2*, KM-16, KM-18) Pişkin ve Kart tarafından geliştirilen KÖDE'yi (Kariyer Özdeğerlendirme Envanteri) kullandıklarını, bir üniversite (KM-13) Yıldız Kuzgun Tarafından geliştirilen KDE'yi (Kendini Değerlendirme Envanteri) ve "Kariyer Stresi Ölçeği"ni kullandıklarını, bir üniversite (KM-16) KÖDE'ye ek olarak zaman zaman KDE'yi de kullandıklarını belirtmişlerdir. Bir üniversite (KM-14) İŞKUR'un Mesleki Yönelim Envanteri ile Beş Faktör Kişilik Envanterini kullandıklarını, bir üniversite (KM-20) adını tam olarak hatırlamadıkları John Holland'ın bir ölçeği ile bir kariyer testini uyguladıklarını, bir üniversite ise internetten indirdikleri ve adını hatırlamadıkları bir kişilik testini uyguladıklarını bildirmişlerdir. Bu bulgular, merkezlerde test ve envanter kullanımının pek yaygın olmadığını, kullanılan araçların da çok sınırlı olduğunu göstermektedir.

3.8.3 Merkezlerde Kullanılan Test ve Envanterlerin Elde Edime Biçimi

Test veya envanter uyguladıklarını belirten üniversitelerden beşi (KM-2, KM-13, KM-14, KM-16, KM-18) uyguladıkları testleri geliştiren kişi veya kurumlardan izin aldıklarını belirtmişlerdir. KM-16 ve KM-18 Üniversiteleri bir AB projesi kapsamında Ankara Üniversitesinden Prof. Dr. Metin PİŞKİN ve Prof. Dr. Müge ERSOY KART tarafından geliştirilen ve eğitimini aldıkları KÖDE'yi kullanmaktadırlar. Benzer şekilde KM-2 kariyer merkezi personeli de eğitimini aldıkları bu envanteri kullanmaktadırlar. İstanbul Üniversitesi Prof. Dr. Yıldız Kuzgun tarafından

geliştirilen KDE'yi kullanma iznini aldıklarını, ayrıca Türkçe adaptasyonunu yaptıklarını belirttikleri "Kariyer Stresi Ölçeği"ni de bazen kullandıklarını, bu ölçeği hakemli bir dergide yayınladıklarını belirtmişlerdir.

KM-14 Üniversitesinde İŞKUR'un Mesleki Yönelim Envanteri ile 5 Faktör Kişilik Testinin uygulandığı belirtilmiştir. Mesleki Yönelim Envanterinin telif hakkı İŞKUR'da olduğu için haftada 1 gün İŞKUR'dan gelen iş ve meslek danışmanları üniversiteye geldiklerinde bu testi öğrencilere uyguladıkları dile getirilmiştir. Merkez müdür yardımcısı haftada 1 gün 3-4 iş ve meslek danışmanının geldiğini, onlar geldiklerinde aynı gün 10 öğrenciye test uygulayabildiklerini belirtmiştir. Bu kariyer merkezinin test uygulamayı çok önemsediği, test sonuçlarını bir veri tabanında sakladıkları ve gelen öğrencilerle paylaştıkları belirtilmiştir. Ancak testleri uygulayan İŞKUR iş ve meslek danışmanlarına elde edilen sonuçları yorumlayamadıkları eleştirisi yapılmıştır. Aşağıdaki ifade bu durumu açıklamaktadır:

> *"İŞKUR'dan bu sonuçları alıyoruz. Âmâ işte İŞKUR bunları yorumlayamıyor. Sadece şu sonuçlar elde edilmiştir diyebiliyor.* (KM-14)

5 Faktör kişilik testini ise merkez müdür yardımcısının uygulayıp yorumladığı belirtilmiştir. Bu personelin (formel olarak PDR, psikoloji, ölçme ve değerlendirme eğitimi almamış) bunları yorumlamak için eğitim alıp almadığı sorulduğunda şu açıklamaları yaptığı görülmüştür:

> *"Aldım, mesela 5 faktörle ilgili psikoloji hocalarından yardım aldım. Ücret yok 5 faktör. Bunun eğitimini de. Bunun psikoloji hocalarından aldım özellikle. Neleri ifade ediyor. Ben bunları merak ettiğim için."* (KM-14)

Bu cevaplar test uygulayan personelin ölçme ve değerlendirme alanında formel bir eğitim almadığını, ancak kişisel ilgisi nedeniyle kendisini geliştirme çabası içerisinde olduğunu ve bu nedenle psikoloji bölümü öğretim elemanlarından informel olarak yararlandığı anlaşılmaktadır.

KM-20 Üniversitesinde kariyer merkezine gelen bireyleri tanımak amacıyla iki ayrı test uygulandığı belirtilmiştir. Bu testlerden biri John Holland'ın yaklaşımına dayalı bir testtir. Görüşülen personel bunu internetten ücretsiz indirdiklerini ve kullandıklarını şu şekilde ifade etmiştir:

> "*Holand'ın envanteri zaten açık, ücretsiz, onu o şekilde kullanıyoruz. Sorular bizde oluyor zaten. Bir kurumun, herhalde bir üniversitenin (sitesinde) Holand'ın online uygulaması var, orda biz sonuçları giriyoruz ve öğrenciye bilgi veriyoruz sonra*" (KM-20).

Bu açıklamalar söz konusu testin psikometrik özelliklerinin ilgili personel tarafından yeterince dikkate alınmadığını göstermektedir.

Yukarıda belirtilen teste ek olarak bir başka testin daha kullanıldığından söz edilmiştir. Ancak aşağıdaki ifadeden de anlaşılacağı üzere, bu testin de Türkçe'ye uyarlamasının yapılmadığı anlaşılmaktadır:

> "*Bir de İngilizceden çeviri olan bir testimiz var. Kariyer Testi diye geçiyor bir üniversitenin yaptığı bir test. Onu Türkçeye çevirerek uyguluyoruz. Bunda direkt, Holand'daki gibi işte bu mühendis olur falan demiyor, bire-bir mesleğini çıkartıyor kişinin. Yani kişi şu işi yapar tarzında. Yazılı olarak uyguluyoruz, sonra ben yine aynı şekilde öğrencinin verdiği cevapları o yabancı siteye giriyorum, ona göre çıkan sonucu öğrenciye bildiriyorum. Bu da ücretsiz."* (KM-20).

Bir diğer üniversitede (KM-5) üniversitede bireyi tanımak amacıyla bireysel görüşmeler yapıldığı, SWOT analizi yapılarak bireyi tanımaya çalıştıkları belirtilmiştir. Ama aynı zamanda test de uyguladıklarını belirten personel, diğer pek çok kariyer merkezinde olduğu gibi internetten test indirip kullandıklarını belirtmişlerdir. Aşağıdaki ifadeler bu durumu ortaya koymaktadır:

> *"Kişilik envanteri testlerimiz var kişiyi tanımak için. Bulamadım şimdi, diğer arkadaş ilgileniyor bunlarla. Test de uyguluyoruz ama testi güncellemediğimiz için eski bir test. Kişilik envanteri testi. Bu yıl onu yenileyip kesin kullanacağız. Onu uyguluyoruz. Kişilik testlerine İnternetten bakıyoruz, araştırıyoruz kullanabileceğimiz modeller varsa onları geliştiriyoruz. Şu ana kadar hiç para vererek test almadık. İnternette kamuya açık şeylerden yararlanıyoruz genelde. Ama direkt onu alıp copy-paste yapmıyoruz zaten. Ona bakıyoruz, ona benzer şeyler yapıyoruz."* (KM-5)

Bu açıklamalar kariyer merkezlerinde test veya envanter kullandıklarını belirten personelin ölçme ve değerlendirme konusunda gerekli yeterliklere sahip olmadan test uyguladıkları, hatta bazılarının kullandıklarını belirttikleri testlerin psikometrik nitelikleri bir yana, adlarını bile hatırlamadıkları gözlenmiştir.

KÖDE'nin eğitimini alan ve kullanan uzmanlardan birinin (KM-18) proje kapsamında geliştirilen ve zaman zaman kullandıklarını belirttiği ölçme aracının adını hatırlayamaması ilginç bulunmuştur.

"*Evet envanter uygulamaya gayret ediyoruz. O envanteri uyguluyoruz (KÖDE'yi kasdediyor). Çok sıklıkla olmasa da uygulamaya çalışıyoruz. şöyle hatta Ankara Üniversitesi'nin proje kapsamında oluşturduğu bir envanter çalışması olmuştu, şimdi adını unuttum ama hocalarım hazırlamışlardı onu kullanıyoruz."*

Bu bilgiler kariyer merkezinde bireyi tanımak amacıyla test veya envanter kullanan personelin önemli bir bölümünün ölçme ve değerlendirme konusunda yetkin olmadıklarını ortaya koymaktadır.

Görüşme yapılan bir üniversitenin kariyer merkezi yöneticisi (KM-13) testlerin bizim kültürümüzde çalışmadığı gerekçesiyle test-envanter uygulamadıklarını, hatta uygulamamaya çalıştıklarını belirtmiştir. Aşağıdaki ifade bu durumu ortaya koymaktadır:

"Benim akademik hayatım hep bu ölçeklerle geçti, onların standizasyonuyla ilgilendim. PDR okudum ben. Belli bir yıl sonra anladım ki, bu testlerin çoğu bizde çalışmıyor. Çalışmamam sebebi bunların yabancı olması falan değil. Bizim öğrencimiz kavramsal düşünmeyi bilmiyor. Bir yerde kendisini rasyonel görüyor, öbür tarafta irrasyonel tanımlıyor. O kavramın kendisinde karşılığı yok. Bizim eğitim sitemi onu öğretmiyor. İngiltere'de ortaokul öğrencisi kendisini herkesin tanımladığı ortak ifadelerle tanımlar. Bizde öğrenciye test vermişim 5 yıl sonra bir daha test vermişim. Unutmuşum onu. Sisteme girince aa orda "a" çıkmış burada b çıkmış. Çocuk yalan söylemiyor. Kendini tanımlıyor dolayısıyla son 6-7 yıldır bu test işini tamamen bıraktım diyebilirim." (KM-13)

Test uygulamayan bir üniversite (KM-15) Test-envanter uygulamayı planladıklarını ancak mevcut durumda ellerinde test veya envanter olmadığını, dolayısıyla kullanmadıklarını belirtmiştir. Diğer iki üniversite (*KM-4*, KM-11) bu sistemi henüz oturtamadıklarını, hedeflerinde olduğunu, bu durumun nedeninin nitelikli personel eksikliğinden kaynaklandığını belirtmiştir.

Benzeri biçimde bireyi tanıma amacıyla ne bireysel görüşme yapılan ne de test uygulanan bir üniversitenin merkez müdürü (KM-19) bunun gerekçesini aşağıdaki biçimde açıklamıştır:

"Yok hocam. Hocam çok net söyleyeyim, şey kariyer merkezi müdürü olduğumda henüz yolun çok başındaydık, siz de çok iyi biliyorsunuz, bana göre bir merkezin oturması için üç ile beş sene arasında bir zamana ihtiyaç var. Yani öncelikle kendini tanıtması gerekiyor, üniversitedeki bölümler bilmiyordu, hocalar bilmiyordu vesaire onlarla sağlıklı bir iletişim kurması lazım. Özel sektörle sağlıklı bir iletişim kurması lazım, öğrenciyle sağlıklı bir iletişim kurması lazım vesaire. Dolayısıyla

*önceliklerimiz farklılaşıyor. Söylediğiniz şey, bireyi tanımak için bireysel görüşme yapmak, test uygulamak önemli ama o biraz daha merkez tamamen oturduktan sonra, kurumsal hale geldikten sonra yapılacak bir şey yani. Onu şu an yapabilme durumunda değiliz." (*KM-19*)*

3.8.4 Eğitim, Seminer, Konferans Düzenleme

Üniversite kariyer merkezlerinin görevlerinden biri de öğrencilerin kariyer gelişimlerine destek olmak için çeşitli konularda eğitimler vermek, seminer ve konferanslar düzenlemektir. Bu kapsamda görüşme yapılan katılımcılara; hangi konularda eğitimler düzenledikleri, bu eğitimleri hangi sıklıkta düzenledikleri, düzenlenen eğitim veya seminerlerin konularının nasıl belirlendiği, bu eğitimlerin kim/kimler tarafından verildiği ve düzenlenen eğitimlerden sonra katılım belgesi veya sertifika verilip verilmediği soruları yöneltilmiştir. Elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.

3.8.4.1 Eğitim Verilen Konular

Üniversite kariyer merkezleri tarafından öğrencilerin kariyer gelişimlerine destek olmak amacıyla verilen eğitimler incelendiğinde bu eğitimleri A) Öğrencilerin kariyer gelişimiyle doğrudan ilgili eğitimler, B) kişisel gelişim eğitimleri, C) diğer eğitimler şeklinde sınıflandırmak mümkündür.

Kariyerle ilgili eğitimler arasında ilk sırayı "*Mülakat Teknikleri*" almakta (12), bunu "*CV Yazma"* (10) ve "*İş Arama Teknikleri*" (6) izlemektedir. Kişisel Gelişim Eğitimleri arasında ise "*İletişim*" (8), "*Zaman Yönetimi*" (6), "*Takım Çalışması*" (4) ve "*Liderlik Becerileri*" (4) gelmektedir. Diğer kategosine alınabilecek eğitimler arasında ise "*Proje Yazma*", "*Nasıl Youtuber Olunur*", "*Sporcu Beslenmesi*", "*Sanal Para*" ve "*KPSS Eğitimleri*" örnek verilebilir. "*Nasıl Youtuber Olunur*" ve "*Sanal Para*" gibi yaygın düzenlenmeyen eğitimlerin öğrenciler tarafından gelen talep üzerine düzenlendiği belirtilmiştir (*KM-1*)

Bulgulara göre kariyer merkezi bulunan 20 üniversitenin 15'inde (%75) kariyer merkezleri tarafından eğitim düzenlenmekte, beşinde ise düzenlenmemektedir. Eğitim düzenlemeyen kariyer merkezlerinin personeline neden eğitim düzenlemedikleri sorulduğunda çeşitli gerekçeler ileri sürmüşlerdir. KM-13 eğitim işini öğrenci kulüplerine havale ettiklerini, KM-15 kariyer merkezinin eğitimle ilgilenmediğini, KM-18 üniversitesi eğitime henüz başlamadıklarını, ancak planladıklarını belirtmişlerdir.

Bazı eğitimlerin özü itibariyle aynı olmasına rağmen farklı isimlendirildikleri gözlenmiştir. Örneğin Mülakat Teknikleri konulu eğitimlere bazı üniversitelerin "*Mülakat Teknikleri*", bazılarının "*Mülakatta Bir Adım Önde*", bazılarının ise "*Mülakata Hazırlık*" adını verdikleri görülmüştür.

Tablo 5'de Üniversite Kariyer Merkezlerinin düzenlediği eğitimlere ilişkin özet bilgi sunulmaktadır.

Tablo 5. Düzenlenen eğitim konuları

Kariyer Eğitimleri	**f**	**Üniversite**
Mülakat Teknikleri, Mülakatta Bir Adım Önde, Mülakata Hazırlık,	12	KM-2, KM-5, KM-8, KM-9, KM-14, KM-16, KM-17, KM-3, KM-4, KM-6, KM-8, KM-18
Cv Yazma	10	KM-2, KM-8, KM-9, KM-14, KM-16, KM-3, KM-4, KM-6, KM-8, KM-18
İş Arama Teknikleri	6	KM-2, KM-9, KM-16, KM-3, KM-4, KM-8
Kariyer Planlama	2	KM-2, KM-9
Yüksek Lisans Nasıl Yapılır	1	KM-5
Gelecekteki Meslekler	1	KM-7,
Başarının Yeni Psikolojisi	1	KM-5
Kişisel Davranış Modelleri	1	KM-5
Boyutlu Kişisel Liderliğin Büyüsü	1	KM-5
Girişimcilik, Sanal Girişimcilik	1	KM-1, KM-5, KM-7, KM-14
Kişisel Gelişim Eğitimleri		
İletişim (Yüz Okuma, Beden Dili vb.)	8	KM-1, KM-5, KM-9, KM-13, KM-19, KM-20, KM-7, KM-14
Zaman Yönetimi	6	KM-5, KM-13, KM-14, KM-20, KM-6, KM-7,
Takım Çalışması	4	KM-13, KM-14, KM-6, KM-7
Liderlik Becerileri	4	KM-13, KM-14, KM-20, KM-7
Stres Yönetimi	2	KM-13, KM-16
Diksiyon	1	KM-5
Kişilik Analizi	1	KM-1
Atılganlık becerileri	1	KM-13
Özgüven geliştirme	1	KM-13
Sunum Teknikleri	1	KM-19
Motivasyon	1	KM-5
Diğer		
Proje Yazma	2	KM-5, KM-14
Sporcu Beslenmesi	1	KM-1
Sanal Para	1	KM-1
KPSS Kursları	1	KM-14
Nasıl Youtuber Olunur	1	KM-7
KM-10	-	Eğitim verilmiyor
KM-11	-	Eğitim verilmiyor
KM-13	-	Eğitim işini öğrenci kulüpleri yapıyor.
KM-15	-	Kariyer Merkezi eğitimle ilgilenmiyor
KM-18	-	Eğitim verilmiyor, ama planlanıyor.

3.8.4.2 Eğitim Düzenleme Sıklığı

Üniversite kariyer merkezlerinin eğitim düzenleme sıklığı incelendiğinde, bazı kariyer merkezleri hemen hemen her hafta eğitim düzenlediklerini (KM-16), bazıları ortalama olarak ayda iki kez eğitim düzenlediklerini (KM-6, KM-18, KM-19, KM-20), bazıları ayda bir eğitim düzenlediklerini (KM-5, KM-14), bazıları ise her dönem iki kez eğitim düzenlediklerini (KM-13) belirtmişlerdir.

KM-2 Üniversitesi her yılın Nisan ve Mayıs aylarında üniversitenin her fakülte ve meslek yüksekokulunda öğrencilere düzenli olarak eğitim düzenlediklerini, ancak bu sene başlattıkları yeni bir uygulamayla haftanın her çarşamba günü kariyer merkezinin seminer salonunda 10 kişilik küçük gruplara "İş Arama", "CV Yazma", "Mülakat Teknikleri" eğitimlerini vermeye başladıklarını, bu uygulamanın yüzlerce kişinin katıldığı büyük salonlarda verilen eğitimlerden çok daha işlevsel olduğunu belirtmiştir.

Özetle kariyer merkezleri tarafından öğrencilere yönelik düzenlenen eğitimlerin sıklığının üniversiteden üniversiteye değiştiği, neredeyse her hafta eğitim düzenleyen kariyer merkezleri olduğu gibi hiç düzenlemeyen kariyer merkezlerinin de bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bazı üniversitelerde bu eğitimlerin hedef kitlesi sadece öğrenciler iken bazı üniversitelerde özellikle kişisel gelişim eğitimlerinin hedef kitlesinin aynı zamanda çalışan personel de olduğu anlaşılmıştır.

3.8.4.3 Eğitimlerin Belirlenme Kriterleri

Kariyer merkezlerinin öğrencilere sundukları eğitimlerin konularını belirlemek için farklı ve birden fazla yöntem kullandıkları tespit edilmiştir. Görüşülen 20 kariyer merkezinden 7'si Kariyer merkezi personelinin gözlemlerden yola çıkarak daha çok güncel konularda eğitimler düzenlediklerini belirtmişlerdir (KM-1, KM-2, KM-5, KM-11, KM-16, KM-19, KM-20). 7 kariyer merkezi eğitimleri doğrudan öğretim üyelerinden, bölümlerden veya kariyer merkezinin temsilcisi olan fakülte koordinatörlerinden gelen talepler üzerine düzenlediklerini belirtmişlerdir (KM-2, KM-5, KM-7, KM-17, KM-1, KM-11, KM-14). 6 Kariyer merkezi de öğrencilerden veya öğrenci topluluklarından gelen talepler üzerine veya topluluk başkanlarıyla yaptıkları görüşmelerden aldıkları geribildirimlere göre düzenlediklerini ifade etmişlerdir (KM-1, KM-2, KM-5, KM-10, KM-18, KM-19). Aşağıda ifade buna örnek verilebilir:

> *"Biz dönem içerisinde, dönem başında öğrenci kulüp başkanlarını topluyoruz buraya bizden ne istiyorsunuz, bu yıl yapmak istediğiniz şeyler nelerdir, bunları*

sizin için yapacağız bunun dışında yapmayı düşündüğünüz veya bizden yapılmasını istediğiniz bir şeyler var mı? Onların da talebini alıp etkinlikleri, konuları o şekilde belirliyoruz. Sorduğumuz kulüp yöneticileri de kendi üyelerine soruyorlar". (KM-5)

Ek olarak 4 kariyer merkezi doğaçlama yöntemlerle eğitim düzenlediklerini (KM-9, KM-11, KM-19, KM-20), 2 merkez anket uygulayarak öğrenci taleplerini ve ihtiyaçlarını belirlediklerini (*KM-1*, KM-14) 1 merkez ise düzenlenen bir eğitimden sonra verilen sözlü olarak aldıkları geribildirimlerden veya memnuniyet anketine bir soru ekleyerek istedikleri eğitimin ne olduğunu anlamaya çalıştıklarını belirtmişlerdir. Bulgular üniversite kariyer merkezleri tarafından düzenlenen eğitimlerin çok büyük bir bölümünün ciddi bir eğitim ihtiyaç analizi sonucu düzenlenmediğini ortaya koymaktadır.

Ziyaret edilen üniversitelerin neredeyse tamamında dile getirilen bir husus öğrencilerin düzenlenen eğitimlere yeterince katılım göstermemeleridir. Bazı üniversiteler bu duruma çözüm olsun diye sayı sınırlılığına gittikleri dile getirilmiştir. Aşağıdaki ifade bu durumu özetlemektedir:

*"Geçmiş senelerde şöyle yapıyorduk: Her fakülteye gidelim, afişimizi, programımızı tanıtalım, ilan edelim. Öğrenci de gelsin bir salonda anlatalım. Sonuçta sadece 3 ya da 4 kişi geliyordu. Sonra biz bunu kayıt altına alıp, sınırlı bir sayıya çevirdik. Yani dedik ki en fazla 15 kişiye vereceğiz. Bu psikolojik bir etki de yaratıyor, kayıtlar doluyor." (*KM-6*)*

Düzenlenen eğitimlerin talep görmesi için izlenen yöntemlerden birinin öğrenci ihtiyaçlarına duyarlı olmak olduğu dile getirilmiştir. Aşağıdaki ifade bu durumu ortaya koymaktadır:

"Bu işte mesela güncel konuları yakalamaktan öğrencinin ilgisini çeken konuları bulmaktan geçiyor. Hani öğrenciler biz farkına varmadan bizden çok daha ileride gidiyorlar. İlgilerini çeken eğitimler düzenlediğimizde, bu tür etkinlikler yaptığınızda öğrenci gelip katılıyor." (*KM-1*)

Öğrencilerin eğitimlere katılımını arttırmada öğretim üyelerinin ilgili olmaları ve kendilerinin de bu eğitimlere katılımlarının öğrencileri de motive ettiği belirtilmektedir. Aşağıda bu yöndeki ifadeler yer almaktadır:

"Y*önetim kurulu üyelerimizin her birini bir okuldan seçtik. Bu konuya ilgi duyan hocalarımızdan belirledik. Bu hocalarımıza yer yer talepte bulunuyoruz. Mesela*

Fen Fakültesinden eğitimlere katılan öğrencileri az gördüğümüz zaman devreye sokuyoruz, hocam bu kayıtlarda öğrenci az ilgilenir misiniz? O hoca sınıflara gidip burayla ilgili bilgilendirme toplantısı yapıyor. Gerek kendi derslerinde, gerekse bazı hocaların derslerine giderek bilgilendirme yapıyor. Bunun çok büyük dönüşü var bize. Bireysel gayretler çok güzel dönüşümle öğrencileri sirküle edebiliyor. Biz hocalarımızı da çekiyoruz bu eğitimlere. Hocalarının veya asistanlarının da bu eğitime katıldığını gördüğünde işin doğru olduğunu, kendisinin de bu eğitimi alması gerektiğini düşünüyor, kendi kafasında daha da perçinliyor" (*KM-1*).

Öğrencilerin ilgisini çeken, keyif aldığı eğitimlerde katılımın yüksek olduğu ve kariyer merkezlerinin bu eğitimleri dikkate alması gerektiği dile getirilmiştir:

"*Öğrencinin ilgisini çekmeyen, öğrencinin verim almadığı, tatmin olmadım dediği veya daha az keyif aldığı eğitimler yerine daha memnun olacağı eğitimler düzenlemeye çalışıyoruz*". (KM-19)

Eğitimlere katılımı arttırmanın bir diğer yolunun da katılımcılara sertifika veya katılım belgesi vermek olduğu tespit edilmiştir:

"*Sertifika programlarının en büyük faydası katılımı tetiklemesidir. Sertifikanın verilmediği eğitim veya seminerlere katılım düşük oluyor*". (KM-7)

Eğitim konularını belirleme yöntemlerinin üniversite kariyer merkezlerine göre dağılımı Tablo 6.'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Eğitim konularını belirleme yöntemleri

Eğitim konulanı belirleme yöntemi	**Üniversiteler**	**f**
Kariyer merkezi çalışanlarının gözlemleri ve güncel konular	KM-1, KM-2, KM-5, KM-11, KM-16, KM-19, KM-20	7
Bölümlerden, öğretim üyelerinden, fakülte koordinatörlerinden gelen talepler	KM-2, KM-5, KM-7, KM-17, KM-1, KM-11, KM-14	7
Öğrencilerden, öğrenci topluluklarından gelen talepler	KM-1, KM-2, KM-5, KM-10, KM-18, KM-19	6
Doğaçlama	KM-9, KM-11, KM-19, KM-20	4
Anket uygulayarak öğrenci taleplerini, ihtiyaçlarını belirleme	KM-1, KM-14	2
Düzenlenen bir eğitimden sonra verilen memnuniyet anketi	KM-9	1

3.8.4.4 Eğitim Konularının Güncellenmesi

Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre bazı eğitimler rutin olarak her yıl tekrarlanırken, talebe göre güncel ve popüler konularda da eğitimler düzenlenmektedir. Bu durum, görüşmelerde şu şekilde dile getirilmiştir:

> *"Merkezimiz her sene benzer konularda eğitim veriyor. Rutin eğitimler yıldan yıla değişmiyor. Ancak her sene talebe göre veya güncel konulara dikkat edilerek değişiklik yapılıyor; örneğin bu sene iş arama tekniklerinde internetin ve sosyal medyanın önemi konusuna daha fazla ağırlık verilmiştir. Rutin eğitimlerin dışında, ek bir talep olursa mutlaka değerlendirmeye alıyoruz. Değişiklikler öğrencilerin ihtiyaçları veya Fakülte koordinatörlerinden gelen taleplere göre biçimlendiriliyor". (KM-2)*

> "*Yıldan yıla değişmiyor konular. Ama her sene çeşitlendirmeye çalışıyoruz. Firmalarla da bunu konuşuyoruz*". (KM-17)

> *"Bu eğitim ve seminerler çoğu zaman rutin oluyor, ihtiyaca göre bazen değişiyor".* (KM-5, KM-9)

> "*Rutine girmiş, geleneksel hale gelmiş eğitimler var. Ama bunun dışında planlamalar değişiklik gösterebiliyor. Kariyer fuarları, CV hazırlama eğitimi, Linkedin, mesleki gelişimde İŞKUR'un işbaşı eğitim programı bunlar hep rutin olanlar. Rutin eğitimler zaten mevcut. Aynı zamanda ekstra konulara göre eğitimler sene içinde değişebiliyor*". (KM-6)

Rutin eğitimlerin dışında düzenlenen eğitimlerin daha çok öğrencilerin ilgisini çeken konularda olduğu anlaşılmaktadır. Aşağıdaki ifade bu görüşü yansıtmaktadır:

> *"Biz yeni olduğumuz için geçen sene şunları yaptık, seneye de şunları yapalım diye bir planımız yok. İşe yarayan, talep çeken varsa onlar sonraki yıl da devam ediyor. Ama öğrencilerin ilgi göstermediği etkinlikleri sürdürmenin de bir anlamı yok, onları devam ettirmiyoruz".* (KM-20)

3.8.4.5 Eğitimleri Kimin Verdiği

Görüşme yapılan 20 üniversitenin kariyer merkezi yönetici ve personeline düzenledikleri eğitimleri kimlerin verdiği sorulduğunda, 8 üniversite bu eğitimleri özel sektör firmalarının

CEO'ları, uzmanları veya İK uzmanlarından aldıklarını, 7 üniversite ise kariyer merkezi yönetici veya personelinin verdiğini belirtmişlerdir. Diğer 8 üniversite, üniversitenin akademik personelinin, danışmanlık şirketlerinin eğitimcilerinin, dışardan gelen uzman eğitmenlerin, İŞKUR, KOSGEB gibi kuruluşların eğitmenlerinden aldıklarını belirtmişlerdir. Bunların dışında 4 üniversite de STK'lar, vakıflar ve üniversitenin Sürekli Eğitim Merkezi'nden öğretim elemanı sağladıklarını belirtmişlerdir.

Pek çok üniversite eğitimler kariyer merkezi personeli, sürekli eğitim merkezi eğitmenleri veya diğer akademisyenler tarafından verilirken, bir üniversite kariyer merkezi yöneticisi (KM-19) üniversite içinden hiçbir eğitmenden yararlanmadıklarını şu sözlerle dile getirmiştir:

> "*Eğitimlerin tamamı dışardan. Hocam hiç içeriden (yani kendi üniversitemizden) almıyoruz*".

Bazı üniversitelerde eğitmenleri öğrencilerin kendilerinin bulduğu belirtilirken (*KM-1*), bir diğer üniversite kariyer merkezi yöneticisi (KM-5) ücret konusuna vurgu yaparak durumu şu şekilde ifade etmiştir:

> "*Kişileri tarıyoruz, bakıyoruz. Şu kişi çok iyi, çok güzel, tanınmış. Davet ediyoruz". Bizim verebileceğimiz eğitimler var, veremediklerimiz var. Veremediğimiz eğitimleri de dışarıdan uzmanlardan veya işin ehli kişilerden alıyoruz. Gerek ücretli gerek ücretsiz. Tabi biz her şeyi ücretsiz yapmaya çalışıyoruz aslında*" .

Eğitimlerin kimler tarafından verildiğine ilişkin veriler Tablo 7.'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Eğiticilere ilişkin bilgiler

Eğitimleri kimler veriyor	**Üniversiteler**	**f**
Özel sektör CEO, İK uzmanları	KM-2, KM-3, KM-7, KM-9, KM-14, KM-17, KM-19, KM-20	8
Kariyer Merkezi yönetici veya personeli	KM-1, KM-2, KM-5, KM-13, KM-14, KM-16, KM-20	7
Üniversite içinden akademik personel	KM-5, KM-3, KM-14, KM-17	4
Danışmanlık şirketlerinin eğitmenleri	KM-5, KM-3, KM-8, KM-14,	4
Dışardan gelen uzman hocalar	KM-1, KM-2, KM-3, KM-5	4
İŞKUR, KOSGEB vb.	KM-1, KM-6, KM-7, KM-14	4
Sivil Toplum Örgütleri, Vakıflar	KM-5, KM-20	2
Üniversite Sürekli Eğitim Merkezi eğitmenleri	KM-8, KM-17	2

3.8.4.6 Katılımcılara Belge Düzenleme Durumu (Sertifika, Katılım Belgesi, vb.)

Görüşme yapılan kariyer merkezi yönetici ve personelinden bazıları düzenledikleri eğitimlerden sonra sertifika veya katılım belgesi verdiklerini, bazıları ise vermediklerini belirtmişlerdir. Örneğin *KM-1*, KM-5, KM-6 ve KM-7 üniversiteleri düzenledikleri eğitimlerden sonra katılımcılara sertifika verdiklerini, KM-5, KM-6, KM-9, KM-18 ve KM-20 üniversiteleri katılım belgesi verdiklerini; KM-14 Üniversitesi ise başarı sertifikası verdiklerini, diğer üniversiteler ise düzenledikleri eğitimlerden sonra katılımcılara sertifika veya katılım belgesi türünden bir belge vermediklerini belirtmişlerdir.

Sertfika veya katılım belgesi vermenin öğrencilerin CV'lerini güçlendirdiğini, katılımı arttırdığını, öğrenciler tarafından çekici bulunduğunu dile getiren görüşlere aşağıdaki ifadeler örnek verilebilir:

> *"Çoğu zaman kesinlikle bunları vermeye çalışıyoruz. Bunların belki resmiyette çok bir önemi yok ama katılım belgesi olur konferanslar olur hepsi belgelendirme oluyor. Katılım belgesi veriyoruz yani. Bazı eğitimlerde eğitim sertifikası veriyoruz. Öğrenci memnun oluyor, mutlu oluyor, kendine güveni artıyor, ben bu etkinliğe katıldım. Bakın belgesi diyor ve mezun olduktan sonra CV'si boş olmuyor mesela."* (KM-5)

> "*İlk defa KAYBİMER olarak bir katılım belgesi vereceğiz. Düzenlediğimiz her eğitimde olmuyordu. Özellikle kariyer firmaları, onların göndermiş olduğu uzmanların yürüttüğü programların hepsinin sonunda sertifika oluyordu. Sertifika programlarının en büyük faydası katılımı tetikliyordu; artırıyordu. Sertifikanın verilmediği eğitim veya seminerlerde katılım düşük oluyor*". (KM-7)

> "*Etkinliği gerçekleştiren kurum veya firma öğrenciye vermektedir. Bazı etkinliklerde sertifika vermek çok çekici oluyor öğrenci için o yüzden firmaya verdirtiyoruz*". (KM-6)

Kendi düzenledikleri seminerlere katılan öğrencilere katılım belgesi vermediklerini, ama vermiş olmalarının iyi olacağını belirten bir kariyer merkezi yöneticisi (KM-16) izleyen görüşleri dile getirmiştir:

> "*Hayır, vermiyoruz, ama talep var. KOSGEP gibi kuruluşlarla ortak yaptıklarımızda katılım belgesi veriyoruz. Diğer kendi seminer eğitimlerimiz için vermedik. Katılım belgesi olabilir ama düşünemedik şimdiye kadar*".

Başarı sertifikası verdiklerini belirten bir yönetici de koşulları şu şekilde açıklamıştır:

> *"Veriyoruz başarı sertifikası olarak. Sertifika için her hoca kendi eğitiminin sınavını yapıyor 70 geçme barajı koyuyoruz. 100 üzerinden 70 almak gerekiyor".*

Sertifika veremediklerini, ancak katılım belgesi verdiklerini belirten bir yönetici (KM-20) bu durumun gerekçesini şu şekilde açıklamıştır:

> "*Katılım Belgesi veriyoruz. Sertifika veremeyiz zaten, sertifikayı ancak Milli Eğitim Bakanlığı gibi bir kurumun vermesi gerek. Bu yanlış kullanılıyor ve biz bazen uyarıyoruz; sertifika olması için uzun süreli eğitim ve sınav olması lazım; ama iki saatlik bir toplantıya gelmiş diye ona sertifika verilmez yani*".

Eğitimlerden sonra katılımcılara sertifika veya katılım belgesi gibi bir belge vermenin önemine değinenlerin aksine bir yönetici (KM-19) bu durumu onaylamadığını belirtmiştir. İzleyen ifade onun görüşünü ortaya koymaktadır:

> "*Günlük programlarda vermiyorum, kariyer fuarında vermiyorum hiçbir şey. Eğitimlere başvuran öğrenciler çok da soruyor. Belge verilecek mi diye. Ben bunu şey olarak düşünüyorum, zayıflatma olarak düşünüyorum. Yani geldi 2-3 saatlik bir şeye katıldı sertifika, CV'ye yazarlarsa da 1 saatlik 2 saatlik öğrenci topluluğu şeyine dolu görünsün diye aman yazmayın diyorum. Bu sayıdan daha çok biraz şeyi gösterir hamlığı gösterir 15-20 saat, 30 saat, 40 saat gerçekten bir karşılığı olan eğitimler çünkü öyle şeyler var ki bize de geliyor bir günde 5 konu ikişer saat beş tane sertifika veren şeyler var. Yani inanılmaz 50 liraya Hocam 5 tane günde ikişer saat 5 tane sertifika veriliyor*".

3.9 İstihdam Becerilerini Artırmaya Yönelik Faaliyetler

Mezuniyet tarihi yaklaşan ve artık iş aramaya başlayan öğrenciler Özgeçmiş (CV) yazma, iş görüşmeleri konusunda bilgi edinme, çalışacağı sektörle ilgili olarak iş gücü piyasası ve istihdam olanakları hakkında bilgi edinme ihtiyacı duymaya başlamaktadırlar. Bu konularda öğrencilere yardımcı olması beklenen birim, üniversite kariyer merkezleridir. Bu araştırmada merkez yöneticilerine ve çalışanlarına, bu konularda ne tür faaliyetler yaptıkları sorulmuş, elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.

3.9.1 İş Arama Yöntemleri, CV Yazma ve Mülakat Teknikleri Konusunda Bilgilendirme

İş arama becerisi olarak CV yazma, kariyer merkezlerinin danışanlara sunduğu en somut hizmetlerden biridir. Bu araştırma kapsamında görüşme yapılan 20 devlet üniversitesinin 12'sinde (KM-2, KM-3, KM-4, KM-7, KM-8, KM-14, KM-15, KM-16, KM-17, KM-19, KM-20) kariyer merkezlerinin CV yazma konusunda hizmet verdiği tespit edilmiştir. Yine danışanlara sunulan bir diğer hizmet te görüşme (mülakat) teknikleridir. Söz konusu 20 merkezden 10'unun (KM-2, KM-3, KM-4, KM-7, KM-8, KM-14, KM-16, KM-17, KM-19, KM-20)mülakat teknikleri konusunda hizmet sunduğu tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak 9 kariyer merkezinde de iş arama teknikleri konusunda hizmet sunulduğu tespit edilmiştir. Buna karşın, üniversite kariyer merkezlerinin yarıya yakınında öğrencilere temel istihdam becerileri olan iş arama yöntemleri, etkili CV yazma ve mülakatta başarılı olmanın yolları konusunda herhangi bir etkinlik yapılmadığı anlaşılmaktadır. Bu durum, Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8. Öğrenciler için istihdam becerileri konusunda faaliyet yürüten üniversiteler

	Üniversiteler	**f**
CV Yazma	KM-2, KM-3, KM-4, KM-7, KM-8, KM-14, KM-15, KM-16, KM-17, KM-19, KM-20	12
Mülakat Teknikleri	KM-2, KM-3, KM-4, KM-7, KM-8, KM-14, KM-16, KM-17, KM-19, KM-20	10
İş Arama	KM-2, KM-3, KM-4, KM-7, KM-8, KM-16, KM-17, KM-19, KM-20	9

Öğrencilerine istihdam becerileri konusunda destek olan üniversitelerden biri (*KM-2*) bünyesinde yer alan her fakülte ve MYO'da Nisan ve Mayıs aylarında bilgilendirici seminerler verdiklerini, ayrıca bu seneden itibaren haftada iki gün düzenli olarak CV yazma, mülakat teknikleri ve iş bulma yöntemleri konusunda 10-15 kişilik öğrencilere kariyer merkezinde eğitim verdiklerini belirtmiştir.

KM-20 Üniversitesi kariyer merkezi yöneticisi de iş arama ilanlarını kendi web sitesinden duyurduklarını, öğrencilerin CV yazmalarına yardımcı olduklarını, CV'lerini düzelttiklerini ve mülakat provaları yaptırdıklarını belirtmiştir.

KM-4 üniversitesi öğrencilerinin kendilerine genellikle CV yazma konusunda başvurduklarını belirtmektedir.

Görüşülen kariyer merkezlerinin yönetici ve uzmanlarının büyük bir bölümünde öğrencilerin istihdam becerilerinin gelişimine dönük eğitim ve seminerleri kariyer merkezi personelinin kendisinin değil de İŞKUR, kariyer.net veya firmaların İK uzmanlarının verdikleri belirtilmiştir. Örneğin KM-3 Üniversitesi öğrencilerine istihdam becerileri konusunda destek olmak amacıyla İŞKUR'dan destek aldığını belirtmektedir. Kurum yöneticisinin bu konudaki görüşleri şöyledir:

> "*Her yıl fiili olarak İŞKUR'la birlikte en az üç ya da dört defa kendi üniversitemizde İşkur'la ortak bu tür CV hazırlama, iş bulma, iş bulma becerileri, yeteneği, işte karşı tarafın beklentisi, pozitif yönlerinizin ortaya çıkarılması konularında öğrencilere temel bilgileri sunuyoruz*".

Bazı üniversiteler istihdam becerileri konusunda bilgilendirici seminerler için dışarıdan uzman çağırdıklarını, özellikle kariyer.net tarafından kendilerine destek olunduğunu belirtmişlerdir. Örneğin KM-5 Üniversitesi ülkedeki iş arama sitelerini buraya davet ettiklerini, özellikle kariyer.net ile çalıştıklarını belirtmiştir. Merkez müdürünün bu konudaki görüşleri şöyledir:

> "*Her yıl hemen hemen bir veya iki defa kariyer.net ile birlikte iş arama becerileri, mülakat teknikleri, CV hazırlama vb. görüşmelerle seminerlerle öğrencilere aktarıyoruz*".

Benzeri biçimde KM-15 Üniversitesi de kariyer.net firmasından destek aldıklarını belirtmiştir.

KM-9 Üniversitesi kariyer merkezi personeli, önceki dönemlerde bu yönde eğitimlerin olduğunu, ancak mevcut durumda bu yönde bir faaliyet yürütmediklerini izleyen ifadelerle dile getirmiştir:

> "*Yani özgeçmişini getiriyor mesela, yanlışlarım var mı diye, o getirirse bakıyorum, yoksa hani birebir bi desteğimiz yok şimdi. Önceki yönetim zamanında bu yönde faaliyetlerimiz vardı, özgeçmiş hazırlama, mülakat teknikleri gibi, bir önceki yönetimde müdürüm bununla ilgileniyordu, bununla ilgili eğitimler düzenleniyordu, ama şu anda yok yani. Yöneticim dışarıdan paralı uzmanlar getirtmek istiyor, hani içeriden değil de, ben de anlamadım, şimdiki öyle istiyor, ben de bir şey demek istemiyorum. O prosedür nedir, maddi kısımları bilmiyorum açıkçası*."

Kariyer merkezlerinin diğer bir faaliyeti de öğrencilere iş olanakları hakkında bilgi vermektir. Üniversite kariyer merkezleri bu açıdan incelendiğinde, 8 merkezin öğrencileri açık işler konusunda bilgilendirdiği, 7 üniversitenin işgücü piyasası hakkında bilgi verdiği, 5 üniversitenin de kısmi zamanlı iş olanakları hakkında öğrencilerine bilgi verdiği tespit edilmiştir. Buna karşın,

Tablo 9.'da da görüleceği gibi, kariyer merkezi bulunan üniversitelerin yarıdan fazlasının bu hizmetleri vermediği anlaşılmaktadır. Bir merkez yöneticisi (KM-3) bu durumun nedenini imkanlarının kısıtlı olmasıyla açıklamıştır.

Tablo 9. Öğrencilerine açık işler ve işgücü piyasası hakkında bilgiler veren üniversiteler

İşgücü piyasası hakkında bilgilendirme	**Üniversite Kariyer Merkezleri**	**f**
Açık işler hakkında bilgilendirme	KM-2, KM-7, KM-8, KM-14, KM-15, KM-17, KM-18, KM-20	8
İşgücü piyasası hakkında bilgilendirme	KM-2, KM-7, KM-8, KM-14, KM-17, KM-18, KM-20	7
Kısmi zamanlı iş olanakları hakkında bilgilendirme	KM-2, KM-7, KM-9, KM-16, KM-18	5

Bir başka merkez çalışanı da (KM-4) merkezin web sayfasında sürekli iş ilanları yayınladıklarını, bu ilanların firmalarca hazırlanmakla birlikte merkezin kontrolünden geçtikten sonra yayınlandığını, aksi halde ciddi bir risk almış olacaklarını, firmaların öncelikle ilgili formu doldurduklarını, bu formların kariyer merkezi yönetimi tarafından incelendikten sonra uygun bulunanların ve ciddi firmalardan gelen ilanların yayınlandığını belirtmiştir.

Bazı merkezler (KM-8 ve KM-9) üniversiteleri iş ilanlarını yayınlama konusunda web sitelerinde açık işler için arayüzlerinin olduğunu, ancak çoğu firmaların iş ilanlarını buraya koymadıklarını belirtmiştir.

KM-18 Üniversitesi açık işler hakkında üye firmalar iş ilanı verdiğinde öğrencileri bilgilendirdiklerini, ayrıca işgücü piyasası hakkında da bilgi verdiklerini, ek olarak İŞKUR'un kısmi zamanlı uzmanının haftada bir gün kariyer merkezine gelip danışmanlık yaptığını belirtmiştir.

KM-11 Üniversitesi bunun hedeflerinde olduğunu, bu faaliyetleri hayata geçirmek istediklerini, ancak kurumsal olarak henüz yapamadıklarını belirtmiştir.

KM-5 Üniversitesi kariyer merkezi yöneticisi, sürekli olarak firmaların iş konusunda kendilerine talepte bulundukları, kendilerinin de buradan almış oldukları kayıtları öğrencilere ilettiklerini, hatta bazen mülakatları üniversitede (toplantı salonunda) kendilerinin yaptıklarını belirtmiştir.

Benzeri biçimde İŞKUR'la da sıkı işbirliği içinde olduklarını belirten yöneticinin görüşleri aşağıda sunulmuştur:

> "*İş konusunda öğrencilere kesinlikle anında bilgi veriyoruz. Çünkü hemen bizim yan masamız İŞKUR'un masası. Orda İŞKUR'dan gelen iş ve meslek danışmanlarından biri ki her hafta bir kişi geliyor iş gücü piyasası ve açık işler hakkında o kişi bilgi veriyor*. *İŞKUR elemanı laptopu ile birlikte geliyor. Sisteme giriş yapıyor. Açık işlere hemen öğrenci başvurularını yapıyor. Önce İŞKUR'a kaydını alıyor. Ondan sonra başvurularını hemen değerlendiriyor. Hatta bazı aşamalarda iş ve meslek danışmanı kişiyi alıp firmaya görüşmeye götürüyor. Bu arada İŞKUR bizim iş ortağımız. Ortak bir noktada buluşuyoruz kendileriyle. Onlar ile bir protokol yaptık. Buna özellikle ikinci öğretim öğrencileri ya da mezunlar başvurabiliyor. Gündüzleri çalışma imkanları olduğu için. Birinci öğretim öğrencileri genelde derslere devam ettiği için firmalar genelde kabul etmiyorlar*"

3.9.2 Kariyer Günleri, Fuarlar, Mezunlarla Buluşma Toplantıları Başarılı İş ve meslek Elemanlarıyla Buluşma Toplantıları:

İş arama ve istihdam olanakları hakkında bilgi edinme aracı olarak kariyer günleri ve fuarların önemli bir fırsat olduğu söylenebilir. Mezunlarla buluşma veya başarılı iş ve meslek elemanlarıyla buluşma toplantıları da öğrencilerin ilk elden istihdam olanakları ve işgücü piyasası hakkında bilgi edinebilecekleri fırsatlardır. Bu nedenle birçok üniversite bu tür faaliyetler düzenleyerek öğrencilere fırsatlar sunmaktadır.

Kariyer fuarları ile ilgili olarak, bu düzenlemeyi gerçekleştiren merkez yöneticilerinin görüşleri aşağıda sunulmuştur:

> *"Burada fuar organizasyon sıradan bir organizasyon değil. Şu anda burada uyguladığımız yöntem batıdaki uygulamaları kadar kaliteli ve niteliklidir. Amerika da iyi bir üniversite standardında biz bunu yapıyoruz. Siz ne kadar kişiyle çalışıyorsunuz dediniz ya bu resmi bir görüşme olmasa 305 kişiyle çalışıyoruz deriz. Çünkü bu şirketlerin bütün İK çalışanları bizim çalışanımız gibi oldu. Buraya getirip 3 gün burada öğrencilerimizi gelecek hakkında işleri hakkında o kadar çok bilgilendiriyorlar ki ama biz bunun araçlarını geliştirdik. Burada standın başında dikil millete kağıt ver, bu bizim hiç tercih ettiğimiz bir şey değil. Bizim böyle bir şeyimiz yok. Görüşme yapıyorlar, bunu yapmıyorsanız gelmeyin diyoruz kardeşim. Bizim öğrencimiz bunu istemez…" (KM-12)*

“Yılda iki defa İş ve Girişimcilik Fuarımız oluyor, yaklaşık 100’e yakın firma davet ediliyor. Bunu biz İŞKUR’la ortaklaşa yapıyoruz…” (KM-5)

Kamu kurumlarıyla irtibat ve ilişkiler çok sağlam oldu hatta Kayseri İstihdam “Fuarı çerçevesinde 3 defa Kayseri’de oldukça geniş kapsamlı bir kariyer fuarı düzenledi İŞKUR’la ortak…” (KM-7)

“Bizim yaptığımız üniversitedeki en büyük etkinlik, en büyük kariyer etkinliği, kariyer fuarı. Her sene düzenliyoruz hazırlık süreci çok uzun bir zaman alıyor. Bazen 4-5 ay mesela mart ayında başlayacak Fuar için aşağı yukarı Kasım ayı gibi temaslara başlıyoruz. 30'un üzerinde firma katılım sağlıyor. Öğrenci ile orada üst düzey yöneticiler bir araya geliyor bu bizim açımızdan çok verimli oluyor, öğrenciler açısından da çok verimli oluyor. Çünkü birçok firma şunu yapıyor, bir hafta on gün içerisinde orada aldığı CV’lerle, oradan öğrencileri staja kabul ediyor. O yüzden çok ciddi bir katılım var bu kariyer fuarı bizim en büyük kariyer etkinliğimiz. Onu özellikle söyleyebilirim…” (KM-19)

Yukarıdaki açıklamalardan da görüleceği gibi, Kariyer Fuarlarının üniversitelerin büyük çoğunluğu tarafından gerçekleştirilen bir etkinlik olduğu anlaşılmaktadır. Bu etkinlik gerek özel sektör firmalarının gerekse kamu firmalarının ve özellikle de İŞKUR iş birliği ile gerçekleşmektedir. KM-12 çok sayıda kurumun katıldığı büyük kariyer fuarlarından birini geçekleştiren merkez olarak karşımıza çıkmaktadır. Fuar süresince firmalar, firma tanıtım yapmakta ve öğrencilerle staj ya da işe alım amacıyla mülakatlar gerçekleştirmektedir. Merkez yönetimi fuarı batıdaki uygulamalar kadar kaliteli ve başarılı olarak nitelendirilmektedir. Benzer şekilde, KM-8’de, iki yıldır firmaların ve öğrencilerin büyük katılımıyla gerçekleşen kariyer fuarları düzenlemektedir. Aynı zamanda bu etkinliğini çevre üniversitelerde genelleyerek, buralardan da öğrencilerin firmalarla bir araya gelmesini sağlamaktadır. Diğer üniversiteler ise özellikle İŞKUR’un desteği ile kariyer fuarlarını düzenlemektedir

Kariyer merkezlerinin bu bağlamda gerçekleştirdikleri diğer bir faaliyet, mezunlarla öğrencileri buluşturan toplantılar düzenlemektir. Bu faaliyeti gerçekleştiren kariyer merkezlerinin konuyla ilgili görüşleri şunlardır:

“Bir dalda okumuş ama farklı bir mesleği yapmış bir mezunumuzu getirdik, hani kafası karışık öğrencilerimiz oluyor ya, şunu okuyorum ama ben bu tarafta nasıl ilerlerim diyen. O tür küçük küçük workshoplar yaptık…” (KM-4)

"Google Atölye ile beraber 2 günlük bir proje yaptık dijital atölye ile ilgili. Üç tane etkinlik yapmışım tek başıma bir de şey yaptım. Bizim Dünyada ilk 100 bilim adamı arasına giren iki hoca bizden çıktı burada. Biri kimyada biri de elektronik mühendisliğinde. O hocaları ben asistanlarla buluşturdum bir panelde. Yani çünkü dedim ki kariyer bilgilendirme merkezinin amacı sadece öğrenci değil, mevcut hocalarında mesela 100 bilim adamı arasına girmiş 1-2 tane hocanın başarı öyküsü asistanlara yol gösterir diye düşündüm. Asistanlara yönelik olarak geçtiğimiz Mayıs ayında yaptık herhalde onu…" (KM-7)

"Dışarıdan gönüllü mentorlerimiz var, üniversitemizin mezunları, yaklaşık 30'a yakın bir ekip, onların bir yöneticileri var, o dağıtımı yapıyor, önce bir ön elemeden geçiriyor çocukların isteklerini, kimlerle eşleştirebiliyorsa onların eşleşmelerini yapıyor. Öğrenci ve danışmanı buluşturuyoruz …" (KM-4).

"İş hayatına atılmak isteyen öğrencilerimize yönelik olarak da gene geçen seneden itibaren 20 küsur mezunumuz bize biz destek veririz dedi. Kariyer koçluğu anlamında. Biz o mezunlarımızı yüz küsur öğrencimizle bağlantılandırdık. Her bir mezunumuz dört ya da beş tane öğrencimize kariyer koçluğunu verdi. Bu da nasıl oldu. Kimi zaman dijital ortamda internet üzerinden mesajlaşma yoluyla buluştular, görüş alışverişinde bulundular. Kimi zaman karşılıklı okulda buluştular, bir kafede buluştular vs. Bu sayede mentörlük hizmeti aldık gene mezunlarımızdan. Bu geçen sene yaptığımız…" (KM-4)

"Mentörlük projemiz var. Mezunlar gönüllülük kapsamında bir yıl içerisinde bir ya da iki öğrenciye akıl hocalığı yapıyor. Tabi bunun bir yıl değil daha uzun süreli olması gereken bir şey. Zaten çoğu devam ediyor ve 2-3 seneyi buluyor mentörlük, memnun kalıyorlar…" (KM-20)

Yukarıdaki alıntılarda da görüleceği gibi, kariyer merkezlerince sıklıklar gerçekleştirilen diğer etkinlik alanı ise "mezun-öğrenci buluşmalarıdır". Bu etkinlik kapsamında başarılı mezunlar öğrencilerle bir araya getirilmekte, öğrencilere gelecek kariyer hedeflerinin belirleme sürecinde yardımcı olunma amaçlanmaktadır.

Bu kapsamında değerlendirilebilecek diğer bir etkinlik alanı ise mentörlük sistemidir. Sadece iki üniversite (KM-4 ve KM-20) mentörlük uygulamasını başarılı bir biçimde uygulandığı görülmektedir. Söz konusu merkezlerin çalışanları bu hizmeti vermek isteyen mezunlar ile bu

hizmetten yararlanmak isteyen öğrencilerin taleplerini almakta, incelemekte ve uygun eşleşmeyi gerçekleştirerek sistemin yürütülmesini sağlamaktadır

Bazı kariyer merkezleri de başarılı iş ve meslek elemanları ile öğrencileri buluşturan toplantılar düzenlemektedir. Bu tür toplantılar düzenleyen kariyer merkezi çalışanlarının konuya ilişkin görüşleri aşağıda sunulmuştur:

> *"Kariyer Sohbetleri adı altında yapıyoruz bunları. Her yıl birkaç kez yaparız bunu…" (KM-5)*

> *"Konu bazında, mesela kimya ile ilgili başarılı olmuş kim vardır, böyle başarılı insanları getirmek. Mesela tıpçılar için iyi bir kalp doktorunu getirebiliriz. Bu etkinliği yapmakta amaç ne insanları motive etmek. Mayıs ayında İstanbul'dan Türk Hava Yolları'nda bir müdür yardımcısını getireceğiz. Burada uçak bölümü var yani meslek Yüksekokulu'nda. Öğrenci daha fazla motive oluyor yani güveniyor. Diyor ki ben burada okuyorum ama benim gibi insanlar buralarda çalışıyor. Her sene bir iki kere yaptıktan sonra daha fazla başarılı olacağımızı düşünüyorum. …" (KM-18)*

> *"Üniversiteye gelen şirketlerden talepler bu kulüplere yönlendiriliyor ve kulüpler aracılığıyla şirketler üniversiteye geliyorlar, öğrencilerle görüşüyorlar ve de işte istihdam anlamında işte şirketlerin tanıtımı anlamında birtakım sunuşlar yapabiliyorlar…" (KM-4)*

Bu etkinlik kapsamında başarılı mezunlar öğrencilerle bir araya getirilmekte, öğrencilere gelecek kariyer hedeflerini belirleme sürecinde onlara yardımcı olmaları amaçlanmaktadır.

"Başarılı iş ve meslek elemanlarıyla buluşmalar" ve "firma tanıtım günleri" etkinlikleri ise merkezler tarafından uygulanan diğer etkinlik alanlarıdır. Alanında başarılı olan meslek mensuplarıyla öğrencileri bir araya getiren bu etkinliklerin, öğrenciler üzerinde motive edici bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir. Firma tanıtımları ise yıl içerisinde farklı zamanlarda gerçekleştirilmekte, gerek stant açma gerekse seminerler yoluyla firmalar öğrencilerle bir araya gelmektedir. Ancak bir kariyer merkezi yöneticisinin, bu sürecin daha çok firmalara yaradığına dair tespiti önemlidir:

> *"Firmalar aday havuzu oluşturmak için bu etkinlikleri kullanıyorlar." (KM-7)*

Öğrenciye faydası olması için ciddi bir programlamaya ihtiyaç olduğu ve süreci öğrenci lehine çevirerek firmalardan üniversitenin talepkar olması gerektiğini ifade eden bir diğer merkez

yöneticisi de en yaygın faaliyetlerden olan kariyer fuarlarının işlevselliğini güçlendirme gereğinin bir kez daha altını çizmektedir:

> *"Kariyer günlerine katılmak isteyen firmalardan senkronize mülakat yapmalarını istedik. Hatta kamu kurumundan bile istedik… Kamu mülakatı simule edildi. Öğrenci sadece dinleyip gitmiş olmadı… gerçek bir mülakata benzer şeyi yaşadı…. Öğrenci odaklı kariyer günlerine evriliyoruz artık… önemli olan da bu!" (KM-10).*

Bu kapsamında değerlendirilebilecek diğer bir etkinlik alanı da mentörlük sistemidir. Bu araştırma kapsamında mentörlük sisteminin sadece 2 üniversitede (KM-4 ve KM-20) başarılı bir biçimde uygulandığı görülmüştür. Söz konusu merkezlerin çalışanları bu hizmeti vermek isteyen mezunlar ile bu hizmetten yararlanmak isteyen öğrencilerin taleplerini almakta, incelemekte ve uygun eşleşmeyi gerçekleştirerek sistemin yürütülmesini sağlamaktadır.

3.9.3 Lisansüstü Eğitimler hakkında Bilgilendirme

Lisansüstü eğitim hakkında bilgilendirme faaliyeti kariyer merkezlerinin birçoğu tarafından yaygın olarak gerçekleştirilen bir etkinliktir. Merkez çalışanları öğrencilerin lisansüstü eğitim hakkında bilgi almak için sıklıkla başvurduğunu belirtmektedir. Öğrencilerin yurtiçi ve yurtdışı lisansüstü eğitim koşulları, nasıl başvuruda bulunacakları, istenen belgeleri nasıl düzenleyecekleri hususlarında bilgi almak istedikleri ifade edilmektedir. Görüşmelerde bu hususla ilgili ifadelerden bazıları aşağıda verilmiştir:

> *"Lisansüstü eğitiminde, geliyor öğrenci lisansüstü eğitim yapmak istiyorum, yurtdışı istiyorum diyor, akademik kariyer yapmak istiyorum diyor, onlarla ilgili bilgi veriyoruz öğrencilere, yönlendiriyoruz…" (KM-20)*

> "*Akademik kariyer yapmak isteyen öğrencilerimize yönelik olarak her dönem iki ya da üç kere workshoplar düzenledik. Ve bu workshoplarda statement of purpose nasıl yazılır, akademik başvuru yapılacak üniversiteler nasıl belirlenir, buralarda başvurularda özellikle dikkat edilen hususlar nedir vs. konusunda workshoplar düzenledik…" (KM-4)*

> *"Bizim Akademisyenlik Okulu seminerlerimiz var bizim ayrı. Akademik personel olmak isteyen öğrencilere yönelik. Kariyerini bir üniversitede öğretim elemanı, bir profesör olmak isteyenler. Yüksek lisans nasıl yapılır, niçin yapılır? Nasıl yapılması gerekiyor? Amaç nedir? Hedef nedir?(KM-5)*

“Gelen öğrencilerin en çok talep ettiği konular lisansüstü eğitim nasıl yapalım ve staj ve iş gibi konular…” (KM-11)

“Lisansüstü eğitim hakkında bilgilendirmede bulunuyoruz danışmanlık faaliyeti adı altında…” (KM-18)

“Lisansüstü eğitim olanakları hakkında bilgilendirme, aslında böyle bir eğitimimiz, böyle bir eğitim var. A. Hanım'ın lisansüstü olanakları ile ilgili akademik kariyer ile ilgili bir eğitimcimiz, o bununla ilgileniyor…” (KM-13)

Staj olanakları sağlama faaliyeti kapsamında görüşmeciler, staj yapma talebiyle gelen öğrencileri uygun firmalara yönlendirdiklerini ve firmalardan gelen staj taleplerini öğrencilere duyurduklarını belirtmektedir. Görüşmelerde bu hususla ilgili ifadelerden bazıları aşağıda verilmiştir:

“Staj konusunda epey bir ilerleme sağladık, şu an çok sayıda firma üniversite öğrencisi staj isteği olduğunda kariyer merkezi ile temasa geçiyor. Arıyorlar, mail atıyorlar, mesela son bir ayda aşağı-yukarı beş altı tane firma hem part time öğrenci hem iş konusunda temasa geçti…” (KM-19)

“Bizim öğrencilere şunu yaptık. Bizim öğrencilerimiz yüzde 60-65’i taşradan gelir. Benim iyi yerden staj yapabilmem için kimseyi tanımam gerekmiyor. Kimsenin yakını olmama gerek yok. Derslerim iyi olursa dil problemim olmasa İKZ’yi de iyi takip edersem istediğim kariyeri yaparım. Biz bunu sağladık. O güveni verdiğimizi söyleyebilirim…” (KM-12)

“Sürekli firmalar talepte bulunuyor bizden. Öğrenci bize geliyor. İkinci öğrenim okuyor mesela. Hocam gündüzüm boş diyor. Biz de onları yönlendiriyoruz. Hatta bazen biz mülakatları burada yapıyoruz. Toplantı salonumuz var üst katta. Kamu kurumları ile görüşüyoruz staj olanakları hakkında. Kişinin bölümüne göre veya alanına göre veya uzmanlaşmak istediği alana göre staj imkanları sunabiliyoruz…” (KM-5)

3.10 e-Kariyer Etkinlikleri

Görüşülen üniversite kariyer merkezlerinin birkaçında e-kariyer niteliğinde etkinlik yapıldığı tespit edilmiştir. KM-13 kariyer ile ilgili sorunların bir bölümünü dijital ortama taşıdıklarını, örneğin "Nasıl CV hazırlıcam" konulu uluslararası bir firma tarafından bir sistem hazırlandığını, öğrencilerin bu sisteme girerek örnek CV'leri inceleyerek kendi CV'lerini hazırladıklarını belirtmiştir.

KM-18 Üniversitesi kariyer merkezinde çalışan uzman online danışmanlık sistemlerinin olmadığını, ancak sistemlerinde "CV sihirbazının olduğunu belirtmiştir. Online danışmanlığın olmasının düşünüldüğünü ancak aktif olmadığını belirtmiştir.

KM-5 Üniversitesi kariyer merkezi yöneticisi e-kariyer konusunda "Gelecek Daha Net" Platformu ile çalıştıklarını, online danışmanlığı kendilerinin yapmadığını, öğrencileri ilgili firmaya yönlendirdiklerini, öğrencilerin belli bir saatte kendilerine gönderilen şifreyle sisteme giriş yaptıklarını belirtmiştir. Bu sistemde öğrenciler kendi kariyer sorunlarını online olarak ilgili uzmana sorarak danışmanlık aldıkları belirtilmiştir.

KM-3 Üniversitesi kariyer merkezi yöneticisi ise bu konuyu bir web sayfası tasarımcısı ile görüştüğünü, ancak çok ciddi bir rakam istediklerini, kendilerinin bu masrafı karşılayacak fonlarının olmaması nedeniyle düşündüklerini hayata geçiremediklerini belirtmiştir.

3.11 Kariyer Dışı Nedenlerle Merkeze Başvuran Danışanlara Yaklaşım

Görüşülen kariyer merkezi yönetici ve personelinin çok büyük bir bölümü zaman zaman öğrencilerin doğrudan kariyerle ilgili olmayan sorunları için de kariyer merkezine geldiklerini, bu öğrencileri psikiyatri bölümü, PDR veya üniversitenin psikolojik destek birimine yönlendirdiklerini belirtmişlerdir (*KM-2*, KM-3, KM-5, KM-7, KM-8, KM-13, KM-14, KM-15, KM-18, KM-20).

KM-16 Üniversitesi kariyer merkezinde çalışan psikolog, nadir de olsa psikolojik sorunu olup ilaç kullanmayı gerektiren vakaları psikiyatra sevk ettiğini, ama gelenlerin genellikle karşı cinsle ilişkiler, iletişim problemleri, uyum problemleri, ders, sınav kaygısı vb. sorunlar için geldiğini, kendisinin de bu vakalarla ilgilendiğini belirtmiştir.

KM-5 üniversitesi kariyer merkezi yöneticisi kariyerle ilgili olmayan sorunlara, hatta öğrencilerin psikolojik sorunlarına bile yardımcı olmaya çalıştıklarını izleyen ifadelerle belirtmiştir:

“Bu şekilde çok başvuran oluyor, hatta çok daha değişik konularla başvuru geliyor. Kesinlikle hiç ilgilenmiyoruz demiyoruz, biz ilgilenmiyoruz veya bu bizim işimiz değil haydi güle güle demiyoruz asla bu şekilde cevap vermiyoruz. Burada oturuyoruz, kişi zaten burada bize “başka kimseye açamayacağım bir konu var diyor sizinle görüşebilir miyim diyor. Mahiyetini öğreniyor ve sonra konuşuyoruz. Biz bu işe girişmeden önce kişileri tanımaya çalışıyoruz, nedir neyin nesidir, psikolojik bir sorunu varsa onunla da bir görüşme yapıyoruz böyle. Benim yaptığım görüşmelerde mesela öğrenciler çok memnun oluyor.”

KM-19 Üniversitesi kariyer merkezi yöneticisi duygusal konulara hiç girmediğini, yalnız işsiz kalma psikolojisi yaşayan, ne yapacağını bilmeyen, ciddi gelecek kaygısı yaşayan öğrencilere yardımcı olduğunu belirtmiştir. Bu yönetici ayrıca zaman zaman üniversitenin farklı birimlerinin birbirlerinin alanına girdiğini ve sorun yaşandığını belirtmiştir. Aşağıda bu ifadelere yer verilmiştir:

“*Ben onu çok net söyleyeyim hocam, kariyer merkezinin bir sıkıntısı var sadece kariyer merkezi değil, Sürekli Eğitim Merkezi, uzaktan eğitim merkezi, proje ofislerinin şeyi var; kendini göstermek için birimler birbirlerinin alanına çok müdahale ediyorlar ve giriyorlar ve bu ciddi kavga sorunu oluyor. Kariyer Merkezi müdürü olduğumda ilk temel aldığım prensip kararı şuydu hiçbir merkezin yetki alanına girmeyeceğim. Yapmıyor musun yapıyorum ama neyi yapıyorum bana geldiğinde hoca bakın bu kariyerle ilgili, öğrencilerin kariyer gelişimi benim sorumluluğumda, ücretsiz olarak yapıyorum ve kendi yetki alanımda yapıyorum diyebileceğim savunabileceğim şeyler üzerinden gidiyorum. Ama bana hoca ne yapıyorsun bu benim alanım dediğinde haklısın hocam diyeceğim duruma düşüyorum*.”

3.12 Mezunlarla İlişkiler

Kariyer merkezinin üniversite mezunlarıyla ilişkileri iki alt başlık altında aşağıda sunulmuştur.

3.12.1 Mezun – Öğrenci Etkileşimine Yönelik Faaliyetler

Mezunlarla ilişkiler, Mezunlar bir üniversitenin en önemli "değer" yaratma unsurudur. Kimi zaman üniversitenin marka değerini güçlendirmektedirler; kimi zaman potansiyel bir işveren olarak ortaya çıkmaktadırlar. Bu bağlamda üniversite kariyer merkezlerinin mezunlarına ilişkin bilgilere sahip olması ve hatta öğrencileriyle mezunları arasında köprü vazifesi üstlenmesi beklenebilir. Araştırma bulguları, kariyer merkezi yöneticilerinin mezunlarla iletişim ve işbirliği sürecinin önemini kabul ettiklerini göstermekle birlikte bazı gerekçelerle mezunlara yönelik faaliyetlere odaklanamadıklarından söz etmektedirler. Görüşülen üniversite merkezlerinden sadece üçünün mezunlara yönelik bir inisiyatif aldığı görülmektedir. Bu şaşırtıcı sonuç, diğer merkezlerin "**mezunlar için bir şeyler yapma**" fikrinden ziyade "**mezunların desteğiyle öğrenciler için bir şeyler yapma**" fikrini benimsemiş oldukları izlenimine bağlanabilir:

> "*Örneğin "mezun kart" yaptık. Mezuniyet sonrası kimlik iade ediliyordu ve Fakülteye giremiyordu öğrenci bir daha. Fakülte öğrenci işlerinden alınan bu kart ile kütüphane gibi alanları da kullanma imkânı doğmuş oldu. Onun dışında mezunlar için ritüeller hazırlıyoruz. Yılda 40.000 mezun veriyoruz ve amacımız meşhur olan mezunlarımızı davet ederek, bir söyleşi veya tören düzenlemek. Ayrıca, daha deneyimli mezunlarla öğrencilerin buluşması adına etkinlikler düzenlemek istiyoruz ve kuşak çatışmasına izin vermeyecek mezun-öğrenci buluşma etkinlikleri planlıyoruz; çünkü 10 yıl önce mezun olan deneyimli bir kişi yeni öğrenciye daha yakındır. Bunun dışında 1980 mezunlarına tören yaptık, diplomaları verildi." (* KM-9*)*

Mezunları işe yerleştirme amaçlı Mezunlar Günü düzenlemekte olduğundan söz eden bir diğer Merkez müdürü, eleman arayan firmalarla iş arayan mezunları "tanıştırma" amacıyla toplantının oldukça verimli olacağına dikkat çekmektedir:

> *"Mezunlar günü düzenledik. Mezunları kariyer merkezimize davet ettik, amaç hem merkezimizi tanımalarını sağlamak. Bu toplantıların biri bir iş merkezinde, biri bir otelde, diğeri kampüste oldu. Amacımız daha çok mezunların bizim sistemimize kayıt olmalarını sağlamaktı. Böylece firmaların bize bıraktıkları iş ilanlarından mezunların da faydalanmalarını sağlamak…"* (KM-16)

Bir diğer merkez (KM-13) de aslında mezunlarına yönelik faaliyetler planlayıp gerçekleştirdiklerinden söz etmişse de üniversite kaynakları yerine mezunlar derneği ile beraber yaptıklarını ön plana çıkarmaktadır. Üstelik bu hizmetler hem mezunlara "maddi fayda temininden" öteye geçmemektedir; hem de sağlanan kolaylıklar karşılığında bir "çıkar" elde edeceklerine dair beklentiyi içermektedir:

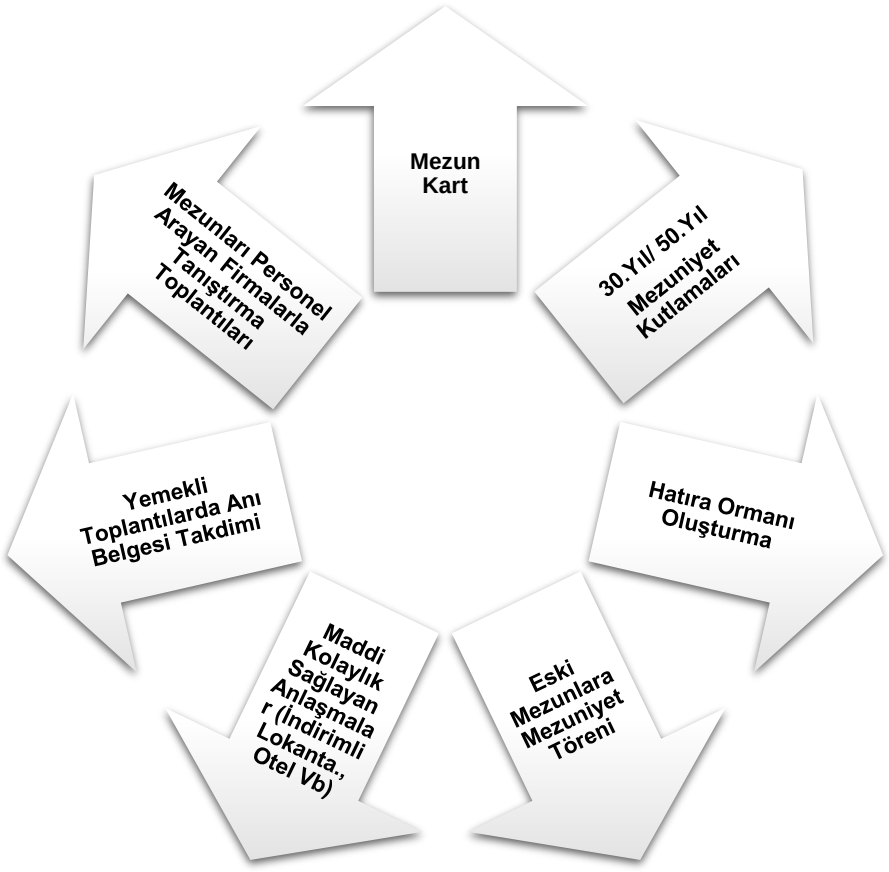
> *"Mezunuysan ve şirket sahibiysen yüzde 30 şirket indirimi var deriz. Adam 76 yaşında bize mezuniyet belgesiyle geliyor. O amcanın, KM13 mezunu olduğunu belki personeli bile bilmez. Ama orada diyorlar ki gidiyor buluyoruz onu, 76 yaşında heyecanlanıyor…. Biz 1 istiyoruz o 3 gönderiyorlar (*Bağışı kast ediyor*). O kadar güzel şeyler doğuyor ki aramızda o insanlarla. Bunlar değersiz önemsiz gibi görünüyor ama çok değerli şeyler……..Dolayısıyla biz geliştirdiğimiz ürünleri derneğe taşıdık. Dernekle bunları yapıyoruz."*

(KM-15) merkez müdürü gelecek yıllara yansıması olacak orman oluşturma fikrini gerçekleştirdiklerinden söz etmekte ve bu etkinliğin mezunların sosyal olarak etkileşmesine de destek olacağını öngörmektedir:

> *"Hatıra Ormanımız var. Her sene mezun öğrencilerimiz için ağaç dikiyoruz. Öğrencilere hatta etiketler dağıtıyoruz. İstediklerini yazıyorlar ve ağaçlarına asıyoruz. İsimlerini yazıyoruz ve onlar için anı olarak kalıyor. Peşinden sucuk ekmek veriyoruz.*

Değinilen bu etkinlikler her ne kadar katılımcılarca kariyer merkezine ait çıktılarmış gibi aktarılmışsa da görüşmelerde, sözü edilen bu faaliyetlerin üniversitenin kariyer merkeziyle işbirliği yapsa da yapmasa da zaten yürüttükleri projeler olduğu izlenimi oluşmuştur. KMXX (KM-9) merkezinin uzmanının "*80 mezunları davet edildi. Kep atma töreni yapıldı. Fakültede burada, konferans salonunda yapıldı, Rektörlüğün bir etkinliğiydi.*" şeklindeki sözleri de bu düşüncemizi destekler niteliktedir.

Üniversitede mezunlar için yürütülen faaliyetleri Şekil 10.'daki gibi özetlemek mümkündür:



Şekil 10. Mezunlar için yapılan etkinlikler

Bu görüşü destekleyen bir diğer husus da mezunlarla ilişkileri kendilerinin değil, üniversitede bu işle görevli başka birim ya da merkezlerin üstlendiğini belirten pek çok Merkez yöneticisinin varlığıdır:

> *"Mezun Takip Sistemi kuruldu aslında ama kim yetkili bunları takipten bilemiyorum… Biz değiliz ama. Sadece kamu kurumlarına yazı yazılması için girişimde bulunduk biz Rektörlük nezdinde mezunlar sisteme girsin diye. Bence en zayıf halkalardan biri bu bizim üniversitede." (KM-2)*

> *"Mezunlara yönelik olarak başka bir birim var üniversitede özel olarak mezunlarla ilgilenen ama yine de bizim, benim şöyle bir şeyim vardı mezunlarla mülakatlar yapalım, onları da sitemize koyalım gibi kafamda bir şeyler vardı"* (KM-13).

> *"Üniversitemizin mezunlar portalı var. İsteyenler kendi kayıt oluyor" (*KM-14*)*

“Bunu zaten bizde mezunlar koordinatörlüğü yapıyor. Koordinatörlük mezunları çağırıyor. Daha aktif olacaklardır diye düşünüyorum. Şu anda yönergesini hazırlıyorlar.” (KM-20)

*“Mezunlar ofisimiz var”. (*KM-13*)*

Bazı üniversitelerde de mezunlarla ilişkiler üniversiteye olmak yerine dernek, vakıf ya da İŞKUR’a devredilmiş durumdadır:

“Öğrenci mezun olduktan sonra biz onun da işlerini takip edelim şeyimiz yok. Zaten mevcut öğrenciye bu eğitim veriyoruz, onun sorunlarıyla ilgileniyoruz. Ama mezun olup ta gelenleri de İŞKUR’a yönlendiriyoruz. …….Rektörlüğe bir büro kurdular zaten”. (KM-1)

“…. Üniversiteliler Vakfında bir database var deniyor; ama esasen çoğu fakültenin kendi mezunlar derneği var; Mülkiyeliler Birliği gibi.” (KM-2)

Bazı mezun ofislerinin de kurulmakla birlikte atıl kaldığı anlaşılmaktadır, Doğrudan kariyer merkezine de görevlendirme olmadığında kimin inisiyatif kullanacağı belirsizlik taşımaktadır.

*“Mezun ofisi açtık bu arada bize bağlı bir mezun ofisimiz var. Mezun ofisinin hayata geçmesi de şöyle oldu: Mezunlar gelsin, bir muhatap aradıklarında oraya gelsinler ne istiyorlarsa konuşsunlar, ziyaret mi etmek istiyorlar, bir yere mi geçmek istiyorlar, merhaba mı demek istiyorlar neyse ama oraya birisini oturtamadığımız için orası kapalı. Donanımıyla her şeyi ile kapısındaki levhasıyla kurdelesini kestik açtık ama personel yok orada çalışacak. O da ayrı bir yerde, merkez kütüphanemizde..” (*KM-6*) “*

Mezunlarla bağlantılı etkinlikler için Merkezin ve sonuçta üniversitenin yetersiz olduğunu düşünen ve bundan üzüntü duyan yönetici ve çalışanların görüşleri bağlamında ise bu hususdaki zaafı önemli bir sorun olarak betimlemek uygun olacaktır:

“Üniversitemizin temel sorunlarından bir tanesi mezun öğrenci veri tabanının olmaması. Biz bunu rektör hocamıza da dile getirdik. Mezun öğrenci veri tabanı bizim üniversitemizin web sayfasının veri tabanında yok. Bunu sağlamalıyız. Bu bizim için önemli. Çünkü bir kere üniversitenizin genel imajını arttırmak için iyi noktalarda bulunan mezunlarımızın buralara gelip öğrencilere seslenişi, bir konferans vermesi ve öğrencilerle buluşması kariye günlerinde önemli bir etkinlik, öğrenci açısında da aidiyet yaratır, öğrenci için de okuduğu üniversite için neyin,

*ne kadar önemli olduğunu da hatırlatır, motivasyon sağlar dedik. Olmadı, olmayınca da biz bunu kendimiz sağlamak istedik. Bizim şu andaki web sitemizde mezun girişi diye bir yer var. Ama web sitesi faal olmayınca da bunun hayata geçmesi mümkün olmadı" (*KM-3*).*

*"Benim öğrencim nerede çalışıyor, bizden mezun olan öğrenciler şu anda nerelerde ne iş yapıyorlar inanın bilme şansımız şu aşamada yok. Yani üniversitemizin de çok ciddi bir sorunu. Bu bizim dışımızda genel olarak yürütülmesi, yönetimin düşünmesi gereken konulardan bir tanesi." (*KM-3*)*

*"Mezunlar ofisi dahi iletişim halinde değil. Maalesef daha iletişim boyutunda değiliz. Adresi ve iletişim bilgileri konusunda bilgilerimiz yoktur. (*KM-11*)*

Görüldüğü gibi, mezun veri tabanına sahip olmak, hem mezun-öğrenci buluşmaları için hem üniversiteye aidiyet duygusunu yaratmak ve güçlendirmek hem de üniversitenin kendine özgü ilke ve kültürlerinin eski ve yeni nesil arasında paylaşımını ve dolayısıyla sürekliliğini sağlamak hedeflenmektedir. Mezun bilgilerine ulaşamamak sözü edilen bu amaçlara erişilmesi önündeki kritik bir engel olarak betimlenmektedir ve bu konuda girişimlerde bulunulduğu gözlenmektedir:

"*Mezun Bilgi Sistemini yeni kurduk. O sisteminde yapılanması tamamen bize ait. Sitemizi kurduk. Şu anda öğrencilere ulaşmaya çalışıp, üye yapmaya çalışıyoruz. Nerelerde çalışıyorlar, neler yaptılar, bunların analizini topluyoruz. Onlara farklı etkinlikler yapmayı planlıyorum*. (KM-8)

Bir diğer üniversitenin Merkezi de mezunlara daha öğrencilik yılları sürerken 'sosyal medya' üzerinden ulaşmaya başladıklarını ve etkileşimli bir sanal ortam yaratmanın oldukça işlevsel olmasını umduklarını anlatmaktadır:

*"Mezunlarla öğrencileri bir araya getirmek daha iyi olmalı bu projeyle öne çıkacak diye umut ediyorum. Mayıs ayında dördüncü sınıflardan itibaren almaya başlayacağız ve bu bildiğiniz sosyal medya platformu birbirini görebilecekler." (*KM-17*)*

Ancak bu çabaların da oldukça önemli güçlükler karşısında boşa gitme olasılığı da azımsanacak düzeyde değildir:

"*Mezun bilgi sistemi devreye girdi. Ben mezun olduğum anda tüm bilgilerimi online giriyorum sisteme, güncelliyorum o sayfadan da hem derneğe hem de bizim koordinatörlüğe bilgi düşmüş oluyor. ……... Tabi bu mezun ne kadar oraya bilgi*

*girerse ile kısıtlı bir şey. Onu teşvik etmek üzere maillerle mezunlara teşvik eden hatırlatmalar yapıyoruz." (*KM-6*)*

*"Mezun Bilgi Sistemi kurduk. …… Burada da sıkıntı var. Çocuk mezun olup gidiyor, arkasına dönüp bakmıyor. Yani yalvar yakar, şu siteye gir. Yine ikili ilişkileri kullanıyoruz. Linkedin hesabımda ben öğrenci avlıyorum. Mezun öğrenci avlıyorum" (*KM-15*)*

"Mezunlar portalı oluşturduk. …… Ama şöyle de bir durum da var merkezden uzak üniversitelerde Ankara ve İstanbul gibi değil, mezun olan öğrenci gidiyor tekrar Edirne'ye gelmesi hem ekonomik olarak hem zaman olarak çok zor. Mesela Ankara Üniversitesi veya ODTÜ bunu yapabilir mesela bunlardan mezun olup da Ankara'da olan en az 2000 kişi 3000 kişi vardır ama bizim Edirne'de bile iş bulmak için İstanbul Ankara'ya gidiyor Eskişehir'e gidiyor burada kalmaları zor. (KM-18)

Mezunlarla iletişimi üstlenen kariyer merkezlerinin kurulacak bu bağlantıları mevcut öğrenciler lehine kullanmayı hedefledikleri daha önce ifade edilmişti. Bu bağlamda, gerçekleştirilen faaliyetler Şekil 11.'de özetlenmektedir:



Şekil 11. Mezun-öğrenci etkileşimine yönelik faaliyetler

Görüşme yapılan iki merkez yöneticisinin ise mezunlarla iletişim sürecinde merkezin sorumluluk üstlenmesinin zaten uygun olmadığına, başka birim ya da personelin bu hususla özel olarak ilgilenmesi gerektiğine ilişkin düşünceleri de dikkate değerdir:

"Şöyle bizim misyonumuzda öğrencinin bu misyonunu yüklenecek bir şey yok yönergemizde, yönetmeliğimizde. Yani öğrenci mezun olduktan sonra biz onun da işlerini takip edelim şeyimiz yok. Zaten mevcut öğrenciye bu eğitim veriyoruz, onun sorunlarıyla ilgileniyoruz. Ama mezun olup ta gelenleri de İŞKUR'a yönlendiriyoruz." (KM-1)

"Yok. Rektörlük tabi kariyer merkezinden istedi, geçen sene konuşuldu. Rektörlüğe de açık olarak şunu söyledik bunu yapmak için personelin olması gerekiyor. Bu sene mezun takip şeyi yapılacak kuvvetle muhtemel ama rektörlük ile şeyi konuşacağım. Bunun için ne gerekiyor, nasıl bir personel gerektiği konusunu ama şu an bu sene için kariyer merkezinden ek olarak beklentiler; bir mezun takip şeyini aktif olarak adım atılması, iki mezunlarla öğrencilerin buluşmasına yönelik rektörlüğün özel bir talebi oldu bu sene için. Bundan önce yaptık mı yapmadık. Geçen sene mezun şeyi gündeme geldiğinde de çok net bu imkanlarla bir şey yapamayacağımızı söyledik. Hocam o yapılabilir de, bu şey olmaması lazım bir mezun takip formu yapılacaksa bunun daha ciddi bir şekilde o amaçla yapılması lazım. Öbür türlü şey oluyor yamalı bohça gibi iş yapıyor o zaman şeyin ciddiyeti de gidiyor. Araya onu da sıkıştıralım, bunu da sıkıştıralım şeyi olduğu için ondan uzak durmaya çalışıyorum." (KM-19)

3.12.2 Mezunlar Derneği İle İlişkiler

Bu araştırma kapsamında görüşme yapılan 7 üniversitede mezunlar derneğinin bulunmadığı tespit edilmiştir. (KM-3, KM-8, KM-5, KM-15, KM-14, KM-16, KM-18). Bir üniversitede ise mezunlar derneğinin faal olmadığı, kağıt üzerinde var olduğu anlaşılmaktadır:

"*Mezunlar Derneği kağıt üzerinde varmış. Bir de mesela İİBF mezunlar derneği var, tıp fakültesinin mezunlar derneği var falan ama bunların çok etkin olmadığını da biliyorum". (*KM-7*)*

İlginç bir nokta mezunlar derneği bulunmayan üniversitelerden birinin (KM-5) yöneticisinin böyle bir derneğe benzer bir yapılanmayı gerçekleştirdiğine tanıklık edilmektedir:

"*Öyle bir şey yok ama ona yakın bir şey kurmaya çalıştım ben bu yıl.* ***Sosyo Ekonomik Geliştirme Araştırma Merkezi*** *Derneği kurdum. Burdaki öğrencilerimizi, aktif öğrencilerimizi, bilgili öğrencilerimizi orada gönüllü olarak çalışmalarını sağlıyor."*

Ancak bu üniversitedeki bazı uygulama örnekleri üzerinde bilhassa düşünmek gerekecektir:

> *"Kesinlikle. Tabi bizi bilen kişi, bizim de onu bildiğimiz kişi geliyor. Tanıdığımız kişiler. Mesela biz her mezuna referans olmuyoruz. Çünkü çocuğu tanımıyorsun, mezun olmuş, CV'sinde ne var ne yok hiç bilmiyor, ona iş başvurusunda referans olamıyoruz yani. Bu da bizim aslında elalemin nazarında biraz daha değerli kılıyor……Referans talep etmek için geliyorlar, CV nasıl hazırlarız, başvuru nasıl yapılır, görüşebilir misiniz?.. Zaten kişi bizimle birlikte mezun olmuşsa biz her şekilde ona yardımcı oluyoruz. Firmayı, kişileri, kurumları arıyoruz, not düşüyoruz, referans mektubu yazıyoruz, her şeyi yapıyoruz yani…..g*enellikle sponsorlarımızla bir akşam yemeğinde buluşuyoruz mezun öğrencilerimizle, işe girmiş öğrencilerle, oradaki deneyimlerini, geçmişi, maziyi konuşuyoruz, biraraya geliyoruz yani."

Mezunlarla kişisel bağlantılar aracılığıyla ilişki kurulması, tanıdık mezunlara referans olmak, iş bağlantıları için firmaları aramak, tavsiyelerde bulunmak bir üniversite merkezinin görevi olmamalıdır. Açıkçası bu tablo kurumsallık bakımından ciddi bir kısıtın varlığına işaret etmektedir.

Düşündürücü bir diğer husus ise bazı merkez yöneticisi ve çalışanlarının mezunlar derneği olup olmadığından emin olamadıklarıdır; zira bu durum işlevsel olabilecek işbirliği sürecinin imkânsızlaşmasının temel gerekçesi olarak değerlendirilebilir:

> "*Hiçbir fikrim yok hocam… Yanlış hatırlamıyorsam mezunlar derneği yok da tam kesin bilmiyorum yanlış ifade etmeyeyim, mezunlarla iletişim tarzında bir birim kuruldu fakat bu dediğim şu anda çok etkin vaziyette değil." (*KM-5*)*

> *"Mezunlar derneğimizin olduğunu zannetmiyorum. Mezun bilgi sistemimiz var…… Mezunlar derneğimiz dışarıda var vakıfta var resmi olarak yok onunla ilgili geçmiş zamanlarda bazı sorunlar yaşandı sanıyorum ben birebir sürecin içerisinde değildim. Şu an bilmiyorum önceden bir vakıf vardı Dernek vardı bir şeyler var Vakıf gibi, ama geçmişte yaşanmış bir sıkıntı bir şeyler var aktif durumda değil. ….Dediğim gibi aktif ve sürecin içerisinde hiç bulunmadılar olsa zaten iletişime geçerlerdi." (*KM-15*)*

Mezunlar derneğinin Merkezin talebine karşın işbirliği zemini yaratmaması da bir sorun alanı olarak tanımlanabilir:

“Ankara Üniversitesi Mezunlar Derneği’ni geçen sene ziyaret ettik ve işbirliği yapmak istediğimizi belirttik; ancak aktif olarak birlikte çalışmıyoruz henüz.”

“Mezunlar Derneğine bir yazı yazdık, mezun bilgilerimizi bizimle paylaşın diye. Bunları Yönetim Kurulu toplantısında değerlendirip bize geri dönüş yapacaklardı, şu ana kadar benim girdiğimden beri öyle bir irtibatımız oldu, onun dışında birlikte çalışmıyoruz. Telefon ettim de yazı istediler, Yönetim Kurulu’na sokabilmek için, bakalım kısmet.” (KM-10)

Öte yandan birden fazla mezunlar derneği olan üniversitelerde de süreci sağlıklı yürütmek bazen zorlaşıyor gibi görünmektedir:

“*Mezunlar Derneğimiz var, onlarla çok sık görüşüyoruz. 30’a yakın üniversitemizin adını kullanan derneğimiz var; ama bunların bir kısmı aktif değil ….* KM-9 *Mezunları aktif olarak çalışan bir derneğimiz, onlarla gerçekleştirdiğimiz faaliyetlerimiz var….En yoğun görüşülen o, diğerleri çok etkin değil. Şöyle de bir şey var bizim mezunlar derneğinin belki de işte böyle kampüs üniversitesi olmanın bir uzantısı mesela, Diş Hekimleri Mezunları Derneği de var. Kimya Mezunlar Derneği de var. Ama şu andaki, özellikle son bir yılda mezunlar derneğinin bütününü kapsayan bir çalışmaları var.” (*KM-9*)*

Belirtmek gerekir ki ziyaret edilen bir üniversitede (*KM-4*) mezunlar derneği ile Kariyer Merkezinin etkileşimi son derece başarılı sonuçlar ortaya çıkarmıştır ve halen bu sürecin olumlu sonuçları alınmaktadır. Bir üniversite daha bu konuda “**iyi uygulama örneği**” olmaya değerdir. İzleyen bölümde bu dört üniversitedeki mevcut durum özetlenmektedir:

3.12.3 BÜMED (KM-4):

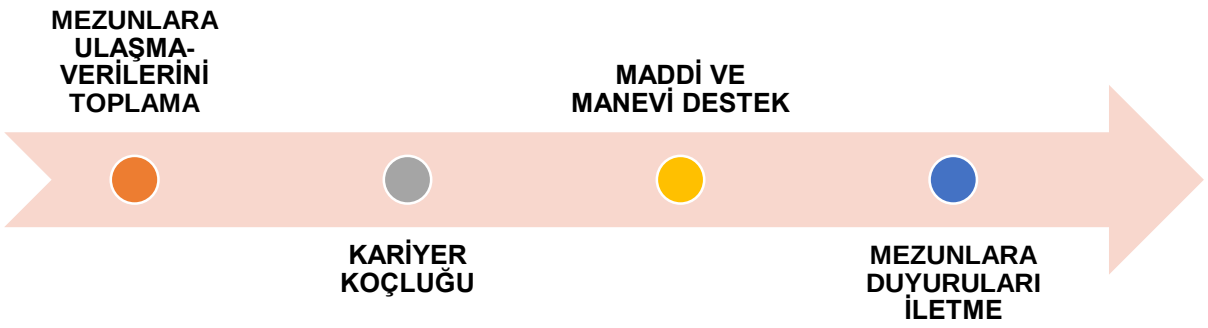
“*Bizim dört tane mezunlar derneğimiz var. Bunlar işte mütedeyyin öğrencilerimizin dernekleri var, onlar daha yeni mezun dernekleri, daha genç sayılırlar. Ondan sonra en eskisi dediğim gibi BÜMED. 40-50 senedir var, 1970 küsürde kurulmuş. Ondan sonra bir de BVM diye Boğaziçi ve Robert Koleji Mezunu Derneği var. Bizim BÜMED ile ilişkimiz sıkı fıkı olan yani başından beri hep şey olduğu için ve bu konularda* ***en çok desteği*** *bize onlar verdi. Diğerleriyle de yani çok sık değil açıkçası.”*

“*Mezunlar ’Büyülü Bir Gün’’ adı altınca, biz mezunlar ofisi olarak da yaptık; …..****Duyuruları yayınlıyorlar****. Bilgi istediğimizde, mezuna ulaşmada… “*

"*En büyük ve en eski mezun derneğimiz….telefonla iki bin tane mezunumuzu aradılar, ve de o mezunlarımızdan farklı yıllarda, farklı yıllar derken son üç sene içindeki mezunlarımıza ve onların kim ne kadar süre içerisinde iş bulmuş, -telefonla yaptılar bu görüşmeleri- ne sıklıkla iş değiştirmiş ve şu anki durumu nedir, yani üç dört tane çok temel soruları sordu. Ve orada da* ***bizim gücümüz yetmiyordu bunu yapmaya ne insan ne bütçe****. Onlar da bunu yaptılar bize ve bunu gönderdiler. Oradan gelen sonuçlar da bizim için çok önemliydi..”*

“bu mezun derneklerinin hepsi zaten ***Kariyer Koçluğu*** *yapıyor. Kendi bünyelerine yaptıkları şeyler var. Bakın gene bizim hep hayalimde olan ama yapamadığımız, bir şey çalışmaya başlar da o zaman eksikleri görürsünüz dersiniz ki ‘Ya biz çalışıyoruz, şunları iyi iyi yapıyoruz siz de iyi yapıyorsunuz. Onu siz yapacağınıza bize gönderin, ya da biz bunu yapamıyoruz biz size gönderelim.’ BÜMED olur BVM olur BYM olur, BURA olur biz oraya göndeririz ama doğru düzgün bir şey burada olmadığı için faaliyet anlamında, düzgün tanımlı bir yapı henüz kuramadığımız için burada dolayısıyla BÜMED ile olan BVM, BYM, BURA’yla olan ilişkilerimiz de çok olumlu bir şekilde gidemiyor.”*

Bu üniversite kariyer merkezi ile mezunlar derneği arasındaki etkileşimin temel unsurları Şekil.12’de sunulmaktadır:



Şekil 12. Kariyer merkezi ile mezunlar derneği arasındaki etkileşimin doğası

3.12.4 DEUDER (KM-6):

Bu üniversitede de birden fazla mezun derneği bulunduğu, hatta her fakülte için ayrı bir mezunlar derneği kurulmuş olduğu; fakat hepsini kapsayan bir üst mezunlar derneğinin kısa zaman önce kurulmuş olduğu anlaşılmaktadır ve bu süreçte Kariyer Merkezinin desteğinin oldukça önemli düzeyde olduğu söylenebilir:

> *"Resmi olarak 2-3 yıl önce kurulan DEUDER* kuruluş aşamasında da biz çok yardımcı olduk onlara. Onlar bize yardımcı oldular etkinliklerde."

Merkez müdürünün dernekte başkan yardımcısı olması bu işbirliği zemininin oldukça sağlam kurulmasına açık bir katkı sunmuş olsa gerekir.

> *"Mutlaka kariyer fuarlarında onlarla iletişim halindeyiz. Mutlaka onların da standı oluyor mutlaka masası oluyor. Öğrencilere tanıtıyorlar kendilerini."*

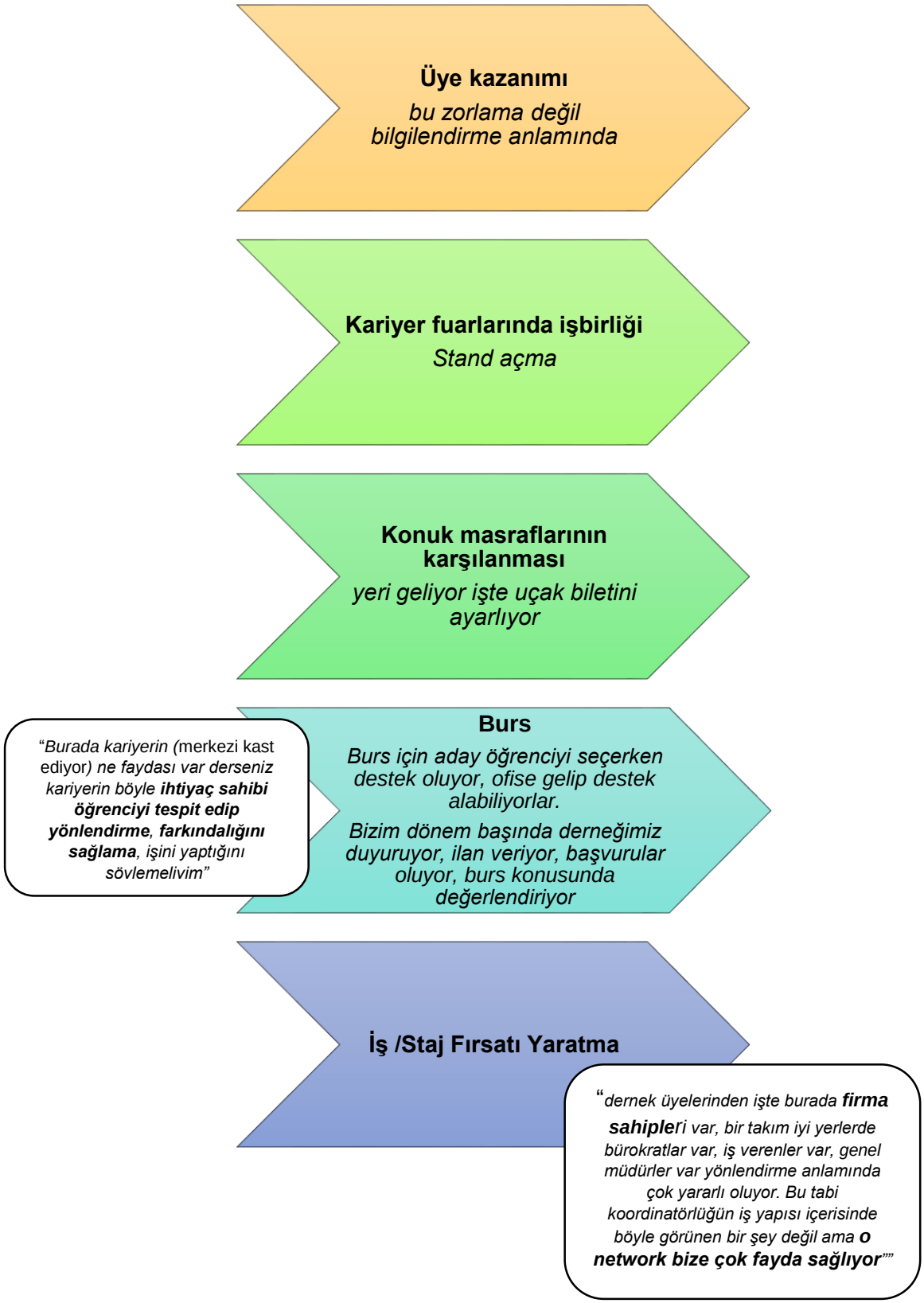
Bu üniversitede Merkez müdürünün oldukça faal olduğu, üst yönetimin güven ve desteğini aldığı izlenimi edinilmiştir. Bu durum, merkez-dernek-mezunlar ofisi üçlüsünün işlerliğinde merkez müdürüne merkezi bir rol biçilmesine katkıda bulunmuştur.

> *"2 yıl önce "Mezunlarla ilişkiler " ismini ekledik ismimize ve ona paralel olarak da aşağıda kütüphane içerisinde bir ofis açtık. Mezunlar ofisi diye geçiyor orası. Yine bizim logomuz var; kariyer planlamanın bir ofisi. O mezunlar ofisinde 2 masa, 2 bilgisayar mevcut, kitaplıklar mevcut. Yavaş yavaş mezunlar çalışmaları orada yapılacak."*

Sözü edilen üçlü yapıya eklenen bir öğrenci kulübü de kayda değerdir:

> *"Şu an mezunlar derneği DEUDER'in bir öğrenci kulübü versiyonu var Genç 9 diye. Bu Genç 9'dan arkadaşlar bir etkinlik yapacağı zaman bir şeyler çalışacakları zaman oraya gidiyorlar; o ofisi kullanabiliyorlar. Anahtarı bizde sürekli. Biz de gelecekte mezunlarla ilgili çalışmalar olabilir, benzer çalışmalar olabilir orayı kullanmak üzere mezunlar ofisini dizayn ettik. Gelecekteki mezunlarla ilişkilerde orası çok daha aktif olacak."*

Derneğin üniversite kariyer merkezine hangi açılardan destek olduğu ise Şekil 13.'de özetlenmektedir:



Şekil 13. Kariyer merkezi-mezunlar derneği işbirliği süreçleri

3.13 Faaliyetleri Planlama Yöntemi

Kariyer merkezlerinin yıl boyunca öğrencilere ve mezunlara sunduğu hizmetlerin türü ve niteliği, bu hizmetlerden yararlananların memnuniyet düzeyi, söz konusu faaliyetlerin ve hizmet türlerinin nasıl kararlaştırıldığından bağımsız düşünülemez. Yararlanıcıların katılımıyla belirlenen faaliyetlerden örneğin memnuniyet düzeyinin daha fazla olması beklenir. Dahası kariyer merkezinin düzenlediği faaliyetlere katılımın yüksek olması da bu faaliyetlere nasıl karar verildiğine göre değişebilir. Bu düşüncelerden hareketle, kariyer merkezlerinde düzenlenen faaliyetlere nasıl karar verildiği, merkez yöneticilerine ve çalışanlarına sorulmuş, elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.

Araştırmada, merkez faaliyetlerinin nasıl planlandığı (planlama yöntemi) ile ilgili olarak, yöneticilere ve uzmanlara şu sorular yöneltilmiştir:

- Merkezin hangi faaliyetleri yapacağına nasıl karar veriyorsunuz?
- Bir yıl boyunca merkezde hangi faaliyetlerin yürütüleceğini içeren yıllık çerçeve programınız var mı? Varsa bu program kimin onayıyla yürürlüğe giriyor?
- Merkezin yaptığı çalışmaları içeren "yıllık faaliyet raporu" hazırlanıyor mu? Bu raporlar kime sunuluyor?
- Merkezin yıllık faaliyet raporları, raporda yer alan görüş ve öneriler değerlendiriliyor mu?
- Merkez faaliyetleri ile ilgili olarak memnuniyet anketi uygulanmakta mıdır?

Yürütülecek faaliyetleri belirleme yöntemiyle ilgili olarak, "merkezin hangi faaliyetleri yapacağına nasıl karar verildiğine" ilişkin soruya verilen cevaplar incelendiğinde, bunların Tablo 10'da da görüleceği gibi, "*öğrenci talebi"*, "*merkez yönetimi"*, "*üst yönetimin talebi ve onay*ı", "*anket uygulama"*, "*firma talebi"*, "*fakülte/yüksekokul talebi"*, "*gözlem"* ve "*spontane"* olmak üzere sekiz başlık altında toplanabildiği görülmüştür.

Tablo 10. Merkezin hangi faaliyetleri yapacağına nasıl karar verildiğine ilişkin görüşler

Sorunun Kapsamı	Temel ifadeler	Kategoriler
Merkezin hangi faaliyetleri yapacağına nasıl karar veriyorsunuz?	*"Etkinliklerimizi belirlerken öğrencilere birebir soruyoruz. Hangi alanda kimi görmek istiyorsunuz, kim daha çok ilginizi çeker…" (KM-8)* *"Biz genelde faaliyetlerimizi öğrencilerimizin isteği doğrultusunda yapıyoruz…" (KM-3)* *"Merkezi tanıtmak ve sunum yapmak için kurumlara gittiğimizde öğrencileri de dinliyoruz. Böylece onların taleplerini öğrenmiş oluyoruz…" (KM-16)* *"Öneri kutumuz var fuarlarda yapıyoruz. Öneri kutusuna atılan öneriler bizi yönlendiriyor…" (KM-17)*	Öğrenci Talebi
	"Merkez Yönetim Kurulu her yıl toplanıp, yıl içerisinde yapılmış faaliyetlerin analizlerini yapar ve gelecek yıl içerisindeki faaliyetlere karar verir…" (KM-2) *"Yapılması düşünülen faaliyetleri bir liste haline getiriyoruz, şu şu etkinlikleri şu kurumla yapmayı planlıyoruz tabi bunları yaparken kurumlarla görüşülüyor, onlar okey dedikten sonra etkinlik takvimimizi oluşturuyoruz…" (KM-5)*	Merkez Yönetimi
	"Şu an tamamen müdürümün yönetimle görüşmesi sonunda yapılıyor…" (KM-9) *"Rektörlüğe gidiyor oradaki yöneticilerle de görüşüyoruz, şunlar şunlar yapılsa daha iyi olurdu gibi öneriler de oluyor. Onlar da değerlendiriliyor, ondan sonra biz faaliyet takvimimizi oluşturuyoruz …" (KM-5)*	Üst Yönetimin Talebi ve Onayı
	"Evet onların talepleri ile oluyor. Mesela anketler yapıyoruz, ne talep edersiniz neye ilgi duyuyorsunuz gibi…" (KM-1)	Anket
	"Bize geliyorlar talepte bulunuyorlar, mesela Migros'tan talep geldi, burada mülakat ve iş görüşmeleri oldu. Yine farklı bir firma geldi genelde bize geliyorlar evet uygun diyoruz başlıyoruz…" (KM-18)	Firma Talebi
	"Kariyer fuarlarında, diğer etkinliklerde gözlemlerimiz, üzerinden de hareket ediyoruz…" (KM-6)	Gözlem
	"Her sene düzenlediğimiz kariyer etkinliklerini mutlaka bütün fakülte ve meslek yüksekokullarına sorarak düzenliyoruz…" (KM-2)	Fakülte/ Yüksekokulu Talebi
	*"Biz tamamen spontane gelişen etkinlikler düzenliyoruz. Üç gün sonra ne olacağını inananın bilmiyoruz…" (*KM-3 *Üniversitesi)* *"Daha çok doğaçlama ilerliyor. Bir plan yok…" (KM-11)*	Spontane

Tablodan da görüldüğü üzere, kariyer merkezleri en yaygın faaliyet planlama yöntemi olarak *öğrenci talebini kullanmakta,* diğer bir ifade ile öğrencilerin isteklerine göre kariyer etkinliklerini belirlemeyi tercih etmektedirler. Sıklıkla tercih edilen diğer bir yöntem ise, *merkez yönetimi* tarafından etkinliklerin belirlenmesidir. En az kullanılan yöntem ise hiçbir planlama yapmadan öğrencilerden ve firmalardan gelen taleplere göre etkinliklerin anlık planlanmasıdır.

Yürütülecek faaliyetleri belirleme yöntemi kategorisinde yöneltilen "bir yıl boyunca merkezde hangi faaliyetlerin yürütüleceğini içeren yıllık çerçeve programınız var mı? Varsa bu program kimin onayıyla yürürlüğe giriyor?" sorusuna katılımcılar daha az görüş bildirmişlerdir. Buna göre az sayıda kariyer merkezi yıllık çerçeve programı hazırlamakta, rektörlüğe ve ilgili birimlerine sunduktan sonra etkinliklerini gerçekleştirmektedir. Bu hususla ilgili ifadeler aşağıda verilmiştir:

> *"Dönem başında Rektörlük bünyesinden yapmayı planladığımız faaliyetleri soruyor. Doğrudan Rektörlüğün onayına sunuyoruz..." (KM-15)*

> *"Bir yıl boyunca merkezde hangi faaliyetlerin yürütüleceğini içeren yıllık çerçeve programımız, tabi bu zaten rektörlüğünde, Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı'nın bizden istediği stratejik plan. Yıllık faaliyet planı doğrultusunda, biz bunu oluşturuyoruz. Yani rektörlükten bize "bunları yapın" değil, "biz bunları yapacağız" diye gönderiyoruz. O yüzden öyle bir planımız var…" (KM-17)*

> *"Dönem başında yürüteceğimiz faaliyetleri planlıyoruz. Bunlar artık rutine bindi gibi. Bireysel danışmanlık, seminer, kariyer fuarı vb…" (KM-16)*

Yıllık faaliyet raporu kategorisinde yer alan "merkezin yaptığı çalışmaları içeren "yıllık faaliyet raporu" hazırlanıyor mu? Bu raporlar kime sunuluyor?" sorusuna verilen cevaplar Tablo 11.'de verilmiştir. Kariyer merkezlerinin neredeyse tamamının yıllık faaliyetlerini rapor haline getirdiği, rektörlüğe ve ilgili birimlerine sunduğu görülmektedir.

Tablo 11. Yıllık faaliyet raporunun hazırlanması ve sunulduğu birime ilişkin görüşler

Sorunun kapsamı	Temel ifadeler	Kategoriler
Merkezin yaptığı çalışmaları içeren "yıllık faaliyet raporu" hazırlanıyor mu? Bu raporlar kime sunuluyor?	*"Yıllık faaliyet raporu hazırlanıyor rektörlüğe sunuluyor…" (KM-17)*	Yıllık faaliyet raporu hazırlanıyor
	"Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı'na 6 ayda bir rapor sunuyoruz. Yaptığımız tüm etkinlikleri sunuyoruz. YÖK standartına göre etkinliğin adı, türü kaç kişi katıldı, tarihi nerede yapıldığı sunuyorum genelde…" (KM-14)	
	"3 aylık, 6 aylık, yıllık faaliyet raporu hazırlanır farklı formatlarda. Kısa ya da uzun, detaylı ya da detaysız ihtiyaca göre hazırlanır bunlar. Hatta bazen broşür şeklinde hazırlanıp üstlerimize sunduğumuz da var. Onlara şöyle bir bakıp, senatoya verdik bir dönem…" (KM-6)	
	"2016 yılında resmi olarak faaliyet raporu istenmiyor. Fakat biz kendi birimizde 1 yıllık planlarımızı değerlendiriyoruz. Eğer faaliyetlerimizin sayısını arttırırsak elbette yıllık düzenli olarak bir rapor oluşturacağız. Kimseye vermesek de oluşturacağız. Bazen de bu bilgileri rektör hocamız istiyor. Sistematik bir şekilde olmasını istiyor…" (KM-11)	Yıllık faaliyet raporu hazırlanmıyor

"Merkez yıllık faaliyet raporlarında yer alan görüş ve önerilerin değerlendirilmesine" ilişkin soruya katılımcıların çok azının cevap verdiği görülmüştür. Bu cevaplar incelendiğinde katılımcıların faaliyet raporlarında yer verilen görüş ve önerilere çok da önem verilmediğine inandıkları, ancak belirli koşullarda örneğin bütçe talep edilmediği takdirde değerlendirmeye alındığını düşündükleri görülmektedir. Bu durum görüşmecilerce şu şekillerde ifade edilmektedir:

"Görüş ve önerilerimizi bütçeyi siz karşıladığınız sürece değerlendiriyorlar… " (KM-3)

"Tabii ki değerlendiriliyor. Yani şöyle değerlendiriliyor, gidiyoruz sunuş yaptık, birkaç defa Rektör'le oturduk. Aa ne kadar güzel olmuş, değerlendirmeye gelince muazzam olmuş diyor…" (KM-4)

"Bu soruya tam olarak evet diyemem belki ama epeyce önemseniyoruz…" (KM-2)

Son olarak memnuniyet anketi kategorisinde yer alan "merkez faaliyetleri ile ilgili olarak memnuniyet anketi uygulanıp uygulanmadığına" ilişkin soruya verilen cevaplar, "öğrenciler" ve "firmalar" olmak üzere iki alt kategoride incelenmiştir. Gerçekleştirilen etkinlikler sonrasında öğrencilerin memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla anket uygulandığı görülmektedir. Firmalara uygulanan anketlerde ise firmaların, öğrencilere ulaşıp ulaşmadıklarına ilişkin görüşlerinin, etkinlikle ilgili değerlendirmelerinin ve sağladıkları faydanın belirlenmesi amaçlanmaktadır. Kategoriler ile toplam görüş sayısı ve görüş örnekleri Tablo 12.'de verilmiştir.

Tablo 12. Memnuniyet anketi uygulanmasına ilişkin görüşler

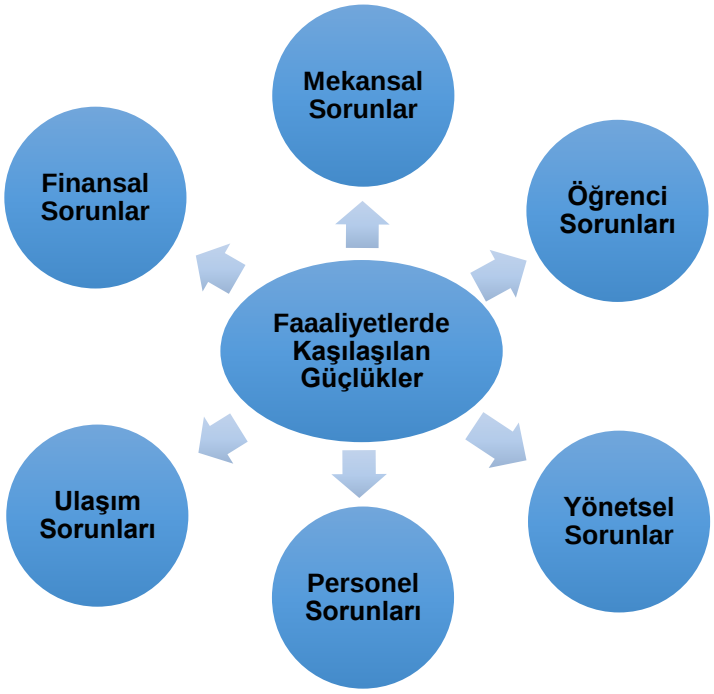
Sorunun kapsamı	Temel ifadeler	Kategoriler
Merkez faaliyetleri ile ilgili olarak memnuniyet anketi uygulanmaktamıdır?	*"Dönem sonunda biz memnuniyet anketi çalışması yapıyoruz etkinliklere katılan öğrencilere …" (KM-6)*	Öğrenciler
	"6 yıldır verdiğimiz her eğitimde verdiğimiz eğitimlerin sonunda memnuniyet anketi, talep ve önerilerini de soruyoruz. Sonrasında koyduğumuz hemen her eğitim öğrencilerde en çok talep edilen eğitim…" (KM-13)	
	"Yaptığımız aktivitelerden sonra memnuniyet anketi yapıyoruz. Yaptığımız faaliyetin sonunda memnuniyeti ölçüyoruz…" (KM-17)	
	"Fuarda uyguladık. Ama öğrencilere değil firma temsilcilerine uyguladık. Fuarımızdan fayda sağladınız mı? Sizi öğrencilerimizle buluşturabildik mi? Hedef kitleye ulaşabildiniz mi?..." (KM-15)	Firmalar
	"Üçüncü bir gözün, bir firma gözünün de değerlendirmeleri bizim için önemli. (KM-8)	

3.14 Faaliyetlerde Karşılaşılan Güçlükler

Faaliyetlerde karşılaşılan güçlüklere ilişkin görüşleri belirlenmesi amacıyla merkez yönetici ve uzmanlarına tek bir soru yöneltilmiştir:

> "Merkezin faaliyetleri yürütülürken karşılaşılan güçlükler (finansal, yönetsel, fiziksel, ulaşım, personel, vb.) nelerdir?"

Bu soruya verilen cevaplar *"finansal sorunlar"*, *"mekânsal sorunlar"*, *"öğrenci sorunları"*, *"personel sorunları"*, *"ulaşım sorunları"* ve *"yönetsel sorunlar"* olmak üzere altı kategoride incelenmiştir. Kariyer merkezlerinin faaliyetlerini gerçekleştirirken karşı karşıya kaldıkları güçlükler Şekil 14.'de özetlenmiştir.



Şekil 14. Faaliyetlerde karşılaşılan güçlükler

"Finansal sorunlar" kategorisi incelendiğinde, bu kategori içerisinde değerlendirilen katılımcı görüşlerinin ortak noktası, harcama yetkisinin kariyer merkezinde olduğu bir bütçenin olmamasıdır. *Bütçe yokluğu* birçok merkez yönetici ve uzmanı tarafından merkezin işlevlerini yerine getirmede karşılaşılan en önemli güçlük olarak nitelendirilmektedir. Özellikle maddi anlamda bağımsız bir yapıya sahip olunmaması, etkinliklerin istenildiği düzeyde planlamasına ve gerçekleştirilmesine engel olmaktadır. Bu durumda ya etkinlikleri yapmaktan vazgeçildiği ya da sponsor bulunarak bütçe sorununun aşılmaya çalışıldığı ifade edilmektedir. Görüşmelerde bu hususla ilgili ifadelerden bazıları aşağıda verilmiştir:

"Üniversitenin bize ayırdığı bir bütçe yok. Dolayısıyla kolumuzu kanadımız kırık, yapmak istediğimiz şeyleri engelleyen çok ciddi bir durum bu…" (KM-4)

"Finansal açıdan zorlanıyoruz. Her istediğimizi yapamıyoruz doğal olarak para gerekiyor. Vakıf üniversitelerinde olduğu gibi geniş ödenekler yok…" (KM-17)

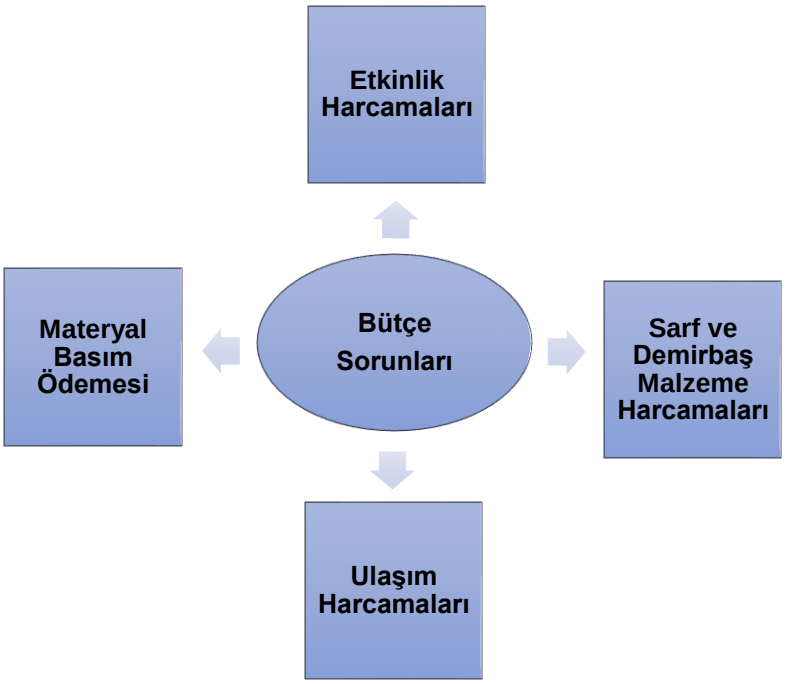
"Bence en öncelikli ihtiyaç bütçe. Küçük de olsa harcama yetkilisi olabileceğimiz bir paramız olsa… Neler yapardık kim bilir? …" (KM-2)

"Bir defa finansal kaynak sıkıntısı var. Bu zaman kadar kaynak sıkıntısı hissetmememizin sebebi, malum proje idi. Proje kapsamında tüm ihtiyaçlarımız karşılanıyor idi …. Ama artık dışarıdan bir uzman getirip seminer vermesini istediğimizde bir meblağ gündeme gelirse (3000-5000 TL. vb.) bunu karşılayacak durumda değiliz. Bu anlamda finansal sıkıntımız var…" (KM-18)

"Bize ait bir bütçe yok. İdari ve mali işlerden destek alıyoruz. Alamadıklarımızı da sponsorlarla halletmeye çalışıyoruz…" (KM-8)

"Dışarıdan bazı konuşmacıları getirtiyorsunuz, hasbelkader. Ne bir ücret talep ediyorlar ne bir yol ücreti talep ediyorlar insanlar, ne de bir menfaat talep ediyorlar. Sadece sizin menfaatinize bir konuşma talep ediyorlar ve siz ister istemez bu yapmış oldukları hizmeti, ödüllendirmek istiyoruz. Bundan daha doğal ne olabilir. Dolayısıyla bir çiçek, bir buket, bizi hatırlasınlar, kendilerini önemli kıldığımızı hatırlasınlar diye, bunu yapmak istiyoruz. Fakat biliyorsunuz kanun çiçeklerin ve plaketlerin sunumuna engel genelgelerle, talep edemiyoruz. Öğrencilerimizle, topluluklarla iş birliğine gittikçe, toplulukların civar kuruluşlardan kurumlardan ya da esnaflardan diyeyim, belli oranlarda aldıkları, gayri resmi, sponsorlukla ancak karşılıyoruz. Aksi taktirde, ben gelen kişiyi çok teşekkür ederiz deyip, göndermek, çok da mümkün olmuyor. Yani bu benim o kişiyi buraya getirmiş olmamım sonucu olmamalı diye düşünüyorum. Dolayısıyla genel olarak bütçemizi kendimiz yaratıyoruz gayri resmi olarak…" (KM-3)

Bütçenin olmaması nedeniyle karşı karşıya kalınan sorunlar dört alt kategori altında değerlendirilmiştir (Bkz. Şekil 15.): *"Etkinlik harcamaları"*, *"sarf ve demirbaş malzeme harcamaları", "materyal basım ödemesi"* ve *"ulaşım harcamaları".*



Şekil 15. Bütçe olmaması nedeniyle karşılaşılan sorunlar

"Etkinlik harcamaları" alt kategorisinde katılımcılar, bütçe yokluğu nedeniyle etkinlik ve faaliyetlerin gerçekleştiremediklerini, konuşmacı çağırma, konaklama ve yemek ücretlerinin ödenmesinde sorunlar yaşadıklarını, çoğu zamanda karşılayamadıklarını ifade etmektedir.

> *"Bazen çok önemli kişiler geliyor konuşmacı olarak. Bu kişiler ücret talep ediyor, bazı eğitim programları var bunları özel danışmanlık şirketlerinden almak istiyoruz, o zaman illa ki bu faaliyetin olması gerekiyor ama onlar da para talep ediyor. Bu süreçte biz öğrenciden hiçbir şekilde para talep edemiyoruz, yapmış olduğumuz hizmetlerin tamamı ücretsizdir, bu konuda biz geri kalıyoruz maddi olarak …" (KM-5)*

> *"Yaşanıyor ama çözülmüyor. Bazen istediğimiz konuşmacılar var getirmek istiyoruz. Onların bütçesiyle ilgili sıkıntılar yaşıyoruz. Üst yönetim birçok konuda destek olmaya çalışıyor, bununla birlikte onlarda da bütçe kısıtlaması söz konusu. O nedenle bütün istekler arasında bizim istekler üst tarafa çıkarsa oluyor ama çıkmazsa da olamıyor…" (KM-15)*

Kariyer etkinliklerinde yaşanan diğer bir sorun ise, çağırılan konuklara verilmek istenen çiçek, plaket ya da hediyelerin bütçe yokluğu ve kısıtlamaları nedeniyle temin edilmesinde yaşanan güçlüklerdir. Görüşmeciler bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

> *"Dışarıdan bazı konuşmacıları getirtiyorsunuz, hasbel kader. Ne bir ücret talep ediyorlar, ne bir yol ücreti talep ediyorlar insanlar, ne de bir menfaat talep ediyorlar. Sadece sizin menfaatinize bir konuşma talep ediyorlar ve siz ister istemez bu yapmış oldukları hizmeti, ödüllendirmek istiyoruz. Bundan daha doğal ne olabilir. Dolayısıyla bir çiçek, bir buket, bizi hatırlasınlar, kendilerini önemli kıldığımızı hatırlasınlar diye, bunu yapmak istiyoruz. Fakat biliyorsunuz kanun çiçeklerin ve plaketlerin sunumuna engel genelgelerle, talep edemiyoruz. Bunların tamamını ya cebimizden emin olun, ilk zamanlarda cebimden çok karşıladığım oldu, helali hoş olsun, o konuda hiçbir şey demiyorum…" (KM-3)*

> *Çay kahveyi bile misafirlerimiz için cepten alıyoruz. Gelen misafire bir anı hediyesi sunamıyoruz. Kariyer günlerine konuşmacı olarak katılan birine, binbir zahmetle halledebilirsek bir hediye verebiliyoruz… Zaten para ödememiz mümkün değil, bari bir yemeğe götürelim diyoruz. Kendi cebimizden oluyor bu tür jestler. Ama nereye kadar? …" (KM-2)*

"Sarf ve demirbaş malzeme harcamaları" alt kategorisinde katılımcılar, başta kâğıt, kalem, kartuş gibi sarf malzemeler olmak üzere, bilgisayar ve tablet gibi demirbaş malzemeleri üst makamların uygun bulması ile temin edebildiklerini söylemektedir.

> *"Harcama kalemlerimiz yok, İdari ve Mali İşler Daire Başkanlığı'ndan ihtiyacımız olduğunda kâğıt, kalem ve kartuş gibi ihtiyaçlarımızı talep ediyoruz…" (KM-2)*

> *"Yürümüyor işler. Küçük de olsa, mesela kâğıt almak için. Kâğıdı nerden alıyoruz? Üniversiteden rica ediyoruz, iki top, üç top kâğıt lazım. Tonerimizi aynı şekilde. Elektriğimizi her şeyimizi genel sekreterlik ödüyor. Bizim öyle bir bütçemiz yok yani…" (KM-18)*

> *"Her şey tek tek geliyor, kalem alınca bile. Daha bugün konuşuyorduk bir ekranımız olsun gibi. Kariyer merkezimiz başka bir yere taşınacak, fuarlarda online test uygulamamız lazım işte onlar için tablet almamız lazım gibi konuşmalarımız var ama para bulunca …" (KM-17)*

"Materyal basımı ödemesi" alt kategorisinde de katılımcılar, öğrencilere dağıtmak amacıyla hazırlanan kariyer materyallerinin ve etkinlik afiş ve broşürlerinin basımında ödenek olmaması nedeniyle sorunlar yaşadıklarını, yine üst makamın onayı ile üniversite matbaasından yararlanabildiklerini, gerektiğinde de kendileri tarafından basım ücretlerinin karşılandığını belirtmişlerdir.

> *"Öğrenciye kendimizi tanıtmak amacıyla bir kitapçık hazırladık, ilk kayıt yaptıran öğrenciye bunları vermek istemiştik aslında, şu anda hazır ama basamadık. Hem finansal nedenlerle hem de önemsenmemek ayrı bir huşu, küstük galiba…" (KM-3)*

> *"Biz bir etkinlik yapacağımız zaman bunu broşür olarak basamıyoruz. Üniversitenin kendi matbaası var fakat bunun bir maliyet olayı var doğal olarak…" (KM-5)*

> *"Afiş basma konusunda sıkıntılar yaşıyoruz. Üniversitede büyük matbaamız yok. Büyük afişler için ek kaynak bulmamız lazım bazen kendimiz karşılıyoruz…" (KM-14)*

"Ulaşım harcamaları" alt kategorisinde katılımcılar, öğrencilerin gerek özel gerekse devlet kurumlarına gezilere götürülmesinde araç temin edilmesinde rektörlük ve ilgili birimlerinden destek alamadıklarını, araç temin etseler bile bedellerinin ödenmesinde zorluklar yaşadıklarını ifade etmektedir. Görüşmelerde bu hususla ilgili ifadelerden bazıları aşağıda verilmiştir:

> *"Öğrencilerimizi gezilere götürmemiz gerekiyor fabrika gezilerine araç lazım. Sağlık Kültür diyor ki bütçemiz kalmadı…" (KM-18)*

> *"Diğer büyük sorun taşıt. Üniversite desteği olmazsa mümkün değil. Onun da biz ücretini ödemiyoruz üniversite onu karşılıyor. Her eğitimin mutlaka bir tane dersi bir gün bir fabrikada bir işyerinde o işyerini tanıtmak için. …" (KM-1)*

Faaliyetlerde karşılaşılan diğer bir güçlük alanı olan *"mekânsal sorunlar"* kategorisinde katılımcılar, özellikle merkez için tahsis edilen mekânın, hizmetleri sürdürmek için yeterli düzeyde olmadığını, birebir görüşme için mekân sağlamada zorluklarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca eğitim, seminer ya da söyleşi gibi çok sayıda öğrencinin katıldığı etkinliklerde, yeterli büyüklükte salon olmaması da diğer bir güçlük alanı olarak katılımcılar tarafından ifade edilmektedir. Yaşanan bu soruna ilişkin görüşmeci görüşlerinden bazıları şunlardır:

"Tek odalı bir ofiste çalışıyoruz. Merkez olarak kullandığımız bu tek oda ileri de yeterli olmayacak, bireysel görüşmeler başladığında. Aklımda bazı şeyler var ofisin nasıl olması gerektiği hakkında. Daha büyük bir mekâna ihtiyacımız olacak…" (KM-8)

"Fiziksel mekân sıkıntısı var… Randevu alıyor öğrenci, geliyor. Şimdi mesela burada çalışan bir arkadaşımız var. Yan tarafta G. Hanım çalışıyor. Öğrenci geldiğinde öğrenci ne olacak? Arkadaş buradan kalkacak, gidip kantinde bir çay içecek görüşme yapmak için. Şu masada görüşülüyor ama biliyorsunuz ki kariyer problemleri özel yaşam problemlerinden ayıramıyorsunuz…" (KM-10)

"Fiziksel anlamda bir sıkıntı var bence her kariyer merkezinin faaliyetlerini yürüteceği kendine ait özel 80-100 kişi arasında sadece kendisine ait bir salonunun olması lazım. Bunun sıkıntısını çok ciddi yaşıyoruz onu söyleyeyim. Hep üniversitedeki başka şeylerden faydalanmaya çalışıyoruz. Hafta sonu kapalı, hafta içi birçok salon dolu vesaire ama bu sene rektörlük ve dekanlık ile konuşarak o sorunu da aşacağız ama bence şeyin olması lazım…" (KM-19)

"Üniversitenin çok fazla kampusu var, etkinlikleri küçük amfilerde yapmak zorunda kalıyoruz. Oysa ki büyük bir kültür ve kongre merkezi yapılmış olsa öğrenciler tüm etkinlikler için oraya gelir, etkinlikleri yakından takip eder…" (KM-2)

"Öğrenci sorunları" kategorisinde ise bazı merkezlerin çalışanları, öğrencilerin ilgisini çekmede ve düzenlenen etkinliklere katılımlarını sağlayamadıklarını söylemektedir.

"En büyük sıkıntı öğrenciyi çekmek. Onlar için yapılan bir programa öğrenciyi yalvar yakar getirmek bizi yıpratan bir süreç açıkcası. Bu kadar anlattım, sinerji var. İdari ve akademik birimler arasında, sinerji varken, öğrenciyi çekmekte biraz sorun yaşayabiliyoruz. Daha önceki kariyer zirvemizde söyledik öğrencilere, ders olmayacak kesinlikle fuara katılınacak. Öğrenci ne derse gitti, ne zirveye geldi. En büyük sıkıntım bu, öğrencinin bilinçlenmesi konusunda…" (KM-15)

"Katılımcı bulmakta zorluk çekiyoruz. Çünkü biraz şey İstanbul'da öğrenciler her şeye biraz doymuş olduğu için böyle…" (KM-20)

"Personel sorunları" kategorisinde katılımcıların büyük çoğunluğu personel sayısının yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir.

"Hala resmi olarak çalışanımız yok. Kısmi zamanlı çalışan öğrencilerimiz var. Bugün varlar, yarın yoklar. Dolayısıyla bir kısmi zamanı çalışanı yetiştirmek çok zor. Tek başımıza yetme şansım yok. Bir de müdür yardımcımız var. İki tanede kısmi zamanlı çalışan öğrencimiz var…" (KM-3)

"Biz iki tane uzman burada hem eğitim veriyoruz hem danışma yapıyoruz hem uluslararası faaliyetlere katılıyoruz, işin uzmanıyız yeri geldiği zaman, afiş asıyoruz yeri geldiği zaman…" (KM-5)

Ayrıca katılımcılar *nitelikli personel eksikliğini* de karşı karşıya kaldıkları önemli bir sorun alanı olarak tanımlamaktadır. Özellikle kariyer danışmanlığı hizmetini verebilecek eğitim düzeyine sahip personelin olmaması, web hizmetlerini düzenli olarak yürütebilecek nitelikli personel yokluğu merkez hizmetlerinin istenen düzeyde yürütülememesine nedeni olarak gösterilmektedir. Bu durum görüşmecilerce şu şekilde ifade edilmektedir:

"Personel sıkıntısı evet var yok demeyelim ama normal bir personel değil. Normal personel alabilirim o konuda ama yetişmiş personel, temel sıkıntı da şu onu çok net söyleyeyim. Özel sektörle bağlantıyı sağlayacak, kariyer merkezini özel sektöre tanıtacak, staj ve iş birliği imkanlarını sağlayabilecek yeterlikteki bir personele ihtiyaç var…" (KM-19)

"Öğrenciyi bire bir danışmanlık yapamadınız noktada sadece etkinlik yapıyor olmak Kariyer Merkezi eşittir kulüp size. O zaman o misyonu itiyor ister istemez, kariyer kulübü haline geliyoruz…" (KM-15)

"Ulaşım sorunları" kategorisinde bazın katılımcılar, kariyer merkezinden uzak olan fakülte, yüksekokul ve kampüslere gidebilmek için araç sağlama da sorun yaşadıklarını, araç taleplerinin onaylanmamasıyla karşı karşıya kaldıklarını belirtmektedir.

"MYO kampüs dışında oluyor, ziyaret ederken araç gerekiyor. Haftada bir gün kariyer merkezine bir araç tahsis edilse işimiz kolaylaşırdı. Bazı MYO'lar 70-80 km uzakta…" (KM-16)

"Şehir dışında bulunan meslek yüksekokullarına Rektörlüğün tahsis ettiği araçlarla gitsek bile diğer yerlere tamamen kendi imkânlarımızla gidiyoruz…" (KM-2)

Faaliyetlerde karşılaşılan son güçlük alanı olan *"yönetsel sorunlar"* kategorisinde katılımcıların verdikleri cevaplar, "mevzuat ve bürokrasi engelleri" ve "yeterli desteğin sağlanmaması" olmak üzere iki alt kategorilerinde incelenmiştir.

"Mevzuat ve bürokrasi engelleri" alt kategorisinde katılımcılar, merkez yapısının ve üniversitedeki konumunun belirlenmemiş olduğunu, merkezin faaliyetlerinin çoğu zaman kişisel destek ile gerçekleşebildiğini, dolayısıyla kurumsal bir yapıya sahip olmadıklarını belirtmektedir. Bunun yanı sıra etkinliklerinin planlanması ve gerçekleştirilmesi sürecinde çeşitli bürokratik engellerle karşı karşıya kalındığı ifade edilmektedir.

> *Zayıf yön olarak bahsettiğim mesele mevzuat sorunları. Üniversitede henüz kabullenilmemiş olmak… Yapısının nasıl olması gerektiğini hangi hizmetleri vermesi gerektiği, yönetmeliği işletmesi hakkında net oturmuş bir yapıya sahip değiliz. Arkadaşlarla bir çalışma yaptık diğer üniversitelerle hedef kitleleri, hangi eğitimleri vermişler, kadro yapılanmaları nasıl şeklinde bir araştırma yaptık. Bunun sonucunda da gene aynı noktaya vardık. Oturmuş şablon oluşmuş yok, bizde bu konuda zaman zaman toplantılar yaparak ne yapabiliriz soruyoruz…" (KM-15)*

> *"Şu anki rektör yardımcısı çok destek bana. Ben planını yapıyorum bizimki informal işliyor bu hiyerarşik örgütlenmemiz yok ama "Alo Hocam" diyorum, o da sağ olsun bana her türlü şeyi veriyor aslında. Bütün sekreterleri kullanıyorum, bütün üniversitenin şeylerini ama bunlar bir resmi boyutta değil… kurumsallaşmamış. Şu anda hoca buna önem veriyor ve destekliyor ama buna önem vermeseydi bunların hiçbiri de olmazdı…" (KM-7)*

> *"Temel sorunlardan bir tanesi dediğimiz gibi üniversitemizin desteğinin olmaması. Kariyer merkezlerinin gelişiminde üniversitelerin önemli bir rolünün olduğunu düşünüyorum... Kariyer merkezleri üniversitelerde zorunlu bir birim olmalı artık…" (KM-3)*

> *"Yıllık bir programımız yok. Planlama konusunda en güzel örnek aldığım, yeni üniversitelerden bir tanesi Bülent Ecevit Üniversitesi, kesinlikle. Bahsetmiş olduğumuz tüm faaliyetleri hangi gün, hangi tarihte, nerede, saat kaçta yapılacağını bir katalog halinde yılın başında belirliyorlar, bu kadar planlı çalışan bir üniversite. Bunu da biz yapmak istedik. Bu seferde bürokratik engeller çıktı…" (KM-3)*

"Yeterli desteğin sağlanmaması" alt kategorisinde ise katılımcılar gerek merkezin kuruluş sürecinde gerekse etkinliklerin gerçekleştirilmesinde üniversite yönetimi ve birimlerince yeterli düzeyde desteklenmediklerini, diğer bir ifade ile kariyer merkezine gerekli önemin verilmediğini ifade etmişlerdir.

“Bizim Diyarbakır en azından kariyer için söyleyeyim yani biraz sığıntı konumunda. Merkez projesi çerçevesine alınan birtakım malların, bilgisayardır, mobilya malzemesidir falan, adeta batan geminin malları hesabı sahipsiz kalmış, bu araştırma merkezine yönetim çok önem atfetmemiş…” (KM-5)

“Fakülte temsilcilerinden oluşacak bir kurul oluşturmak istedik, böylelikle de tüm bilgilerin bütün birimlere kısa bir sürede tüm birimlere yayılmasını sağlayacak bir mekanizma oluşturmak istedik. Bulunduğumuz yerden tek bir iletişim mekanizmasıyla değil de temsilcilerimiz vasıtasıyla bu işlerin yürümesine imkân sağlamak istedik. Bu konuda önce fakülte temsilcilimizi oluşturmak için çalıştık, çok inandıramadık. Bunlarla ilgili toplantılar yaptık. Kimileri katıldı, kimileri katılmadı diğer birimlerden. Katılanlar çok ciddi eleştirdi…” (KM-3)

3.15 Kariyer Merkezinde Sunulan Hizmetlerden Yararlananlar

Araştırma kapsamında, üniversite kariyer merkezlerinde sunulan hizmetlerden yararlanan öğrenci ve mezunların demografik özellikleri, merkeze başvuranların kayıtlarının tutulması ve başvuru nedenlerine ilişkin mevcut durum incelenmiştir.

Kariyer merkezi yönetici ve uzmanlarına sorulan “*Son bir yıl içerisinde kaç öğrenci/mezun merkezinize başvurmuştur?*” sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında bazı merkezlerin net bir rakam verebildikleri, bazılarının ise yaklaşık bir rakamdan bahsettikleri görülmektedir.

Tablo 13. Merkeze başvuran öğrenci sayısına ilişkin görüşler

Sorunun kapsamı	Temel ifadeler	Kategoriler
Son bir yıl içerisinde kaç öğrenci/mezun merkezinize başvurmuştur?	*"2015-2016 eğitim-öğretim yılı içerisinde 120 öğrenci başvuru yapmıştır." (KM-2)*	Kesin rakam veren
	*"Günde ortalama danışman başına 2-3 arası danışmanlık randevusu gerçekleştiriyoruz. Minimum 2." (*KM-13*)*	
	*"84 kişi başvurdu." (*KM-14*)*	
	*"2017 'de 170 öğrenci ile birebir görüşme yapılmış." (*KM-17*)*	
	"2016 yılında 100 kişi gelmiş, 2017 yılında 83 kişi gelmiş." (KM-20)	
	*"Okul açıldığı dönemlerde ekim ayı gibi hemen hemen öğrenciler geliyor, ortalama günde yaklaşık bir 20 öğrenci geliyor" (*KM-5*)*	Kesin rakam veremeyen
	*"Yani, 25-30 kişiyi geçmez, kayıtlarını da tutmuyorum hocam." (*KM-9*)*	
	"Haftada ortalama 10-15 öğrenci geliyor." (KM-16)	
	"Birebir iki yüz üç yüz tane öğrenci danışmanlık almıştır. (KM-18)	
	"Hocam şöyle, bireysel görüşmeye çok fazla çok sık öğrenci gelmiyor. İhtiyaç duyduğunda bazen şöyle söyleyeyim haftada 7-8 öğrenci geliyor, bazen haftada bir öğrenci geliyor." (KM-19)	

Tablo 13.'de görüleceği gibi kariyer merkezine bireysel olarak başvuran öğrenci ya da mezun sayısında ciddi farklılıklar söz konusudur. Yararlanıcıların sayısının merkezden merkeze bu kadar farklılık göstermesinin hizmet sunan personel sayısı ile ilişkili olduğu söylenebilir. Nitekim yukarıdaki tabloda KM-13 üniversitesinin en fazla bireysel başvuru gerçekleştirilen merkez olmasının yanında en fazla personelin çalıştığı merkez olması dikkat çekmektedir.

Ayrıca; soruda doğrudan merkeze gelerek hizmet alma talebi ile başvuran öğrenci/mezun sayısını öğrenmek amaçlanmasına rağmen kimi zaman ilk etapta merkezin eğitim/seminer gibi toplu faaliyetleri vasıtası ile ulaştığı öğrenci sayısının belirtildiği görülmektedir;

Örnek diyalog 1:

“Yönetici: Son bir yıl içerisinde direkt sadece kariyer danışmanlığı anlamında değil de merkez faaliyetlerimizden yararlanan toplam öğrenci sayımız 9500 olarak çıktı stratejik planımızda.

Araştımacı 1: Eğitimlere gelenleri sayıyorsunuz.

Yönetici: Hepsi; eğitimler, kariyer organizasyonları, etkinlikleri izlemeye gelenler.

Araştımacı 1: Bireysel görüşme için günde dört beş demiştiniz aşağı yukarı değil mi?

Yönetici: Evet evet.

Araştımacı 2: Öğrencinin buraya gelişi biraz daha önemli bizim için.

Yönetici: Gelişi noktasında galiba 700-800 gibi bir şey hatırlıyorum ben. Danışmanlık için yıllık 750 diye hatırlıyorum, 800-750 civarında.”

Örnek diyalog 2:

“Araştırmacı 1: Son bir yıl içinde ortalama kaç öğrenci merkeze başvurmuştur?

Yönetici: 1000 vardır.

Uzman: 1000 öğrenciye danışmanlık vermemişizdir hocam birebir.”

Örnek diyaloglarda da görülebileceği üzere kariyer merkezlerinden yararlanan kişi sayısı sorulduğunda öncelikle merkezin kitlesel faaliyetlerinin akla gelmesi, merkez çalışanlarının ya da yöneticilerinin kariyer merkezi faaliyetlerine yönelik bakış açısına da ışık tutabilir. Bu durumda bazı kariyer merkezlerinin, kendilerini öğrencilerin şahsen başvuru yaparak kariyer danışmanlığı hizmeti alacağı bir başvuru noktasından çok, bizzat onlara hizmet götüren bir sürekli eğitim merkezi rolüne daha yakın konumlandırdıkları yorumu da yapılabilir. Oysa bireysel kariyer danışmanlığı, bu alanda eğitim almış ve uzmanlaşmış olmayı gerektirir.

Yukarıdaki bulgulara göre başvuran öğrenci/mezun sayısına ilişkin net sayı verebilen merkezlerin bu başvuruları kayıt altına alıp almadıkları ve bu kayıtları ne şekilde tuttukları da incelenmiştir. Merkeze gelen başvuruların kayıtlarının tutulup tutulmadığına ilişkin bulgular Tablo 14.’de gösterilmiştir.

Tablo 14. Merkeze başvuranların kayıtlarının tutulmasına ilişkin görüşler

Sorunun kapsamı	Temel ifadeler	Kategoriler
Merkezinize başvuranların kayıtları tutulmakta mıdır?	*"Hepsinin kayıtları tutuluyor ve faaliyet raporunda sunuluyor" (KM-2)*	Tutuluyor
	*"Kayıtlar tutulmaktadır. Veri tabanına aktarmaktayız." (*KM-6*)*	
	*"Şöyle bir sistemimiz var seanslarda not alıyoruz, tamamlanan görüşmelerin de bir raporunu hazırlıyoruz 1 sayfalık, mutlaka kayıtlarını tutuyoruz." (*KM-13)	
	*"Evet, Neler görüşülmüş ne çıktılar elde edilmiş bütün bilgiler oraya aktarılıyor. Yazılım oluşturduk" (*KM-14*)*	
	*"Bireysel danışmanlıkla ilgili tuttuğumuz bir form var." (*KM-16*)*	
	*"Yani gelen öğrenci sayısı, hangi taleple geldiği, ikinci görüşmeye gelip gelmediği kayıt altına alınıyor. Bunlar kayıt altına alınırken belli bir sistem yok ama olması lazım." (*KM-17*)*	
	"Gelenleri kaydını alıyoruz ama unutuyoruz da bazen sohbet ediyoruz. Ama her gelen adaya aday formu oluşturuyoruz." (KM-18)	
	"Ben istatistik tutuyorum, hepsi web de var." (KM-20)	
	*"Başvuran öğrencilerle ilgili bir kayıt tutmuyoruz. Güzel bir fikir, ancak bu faaliyet raporunda aklımıza gelmedi açıkçası." (*KM-8*)*	Tutulmuyor
	*"Yani, 25-30 kişiyi geçmez, kayıtlarını da tutmuyorum hocam" (*KM-9*)*	
	"Aslında hocam tutmaya çalışıyoruz. Genelde aklımıza gelmiyor yazmak. Hocam da yazıyordur. Unutuyoruz yani açıkçası." (KM-15)	
	"Yok yok kayıt yok tutmuyoruz.." (KM-19)	

Yukarıdaki bulgular birlikte değerlendirildiğinde Tablo14.'te başvuran öğrenci/mezun sayısına ilişkin kesin rakam verebilen beş kariyer merkezinin bir kayıt tutma prosedürüne de sahip

oldukları, Tablo 15.'deki bulgulardan açıkça görülmektedir. Ayrıca kayıt tutmadıklarını belirtseler de bu merkezlerin ifadelerine bakıldığında aslında yapılması gereken ancak çeşitli sebeplerden ihmal edilen bir iş olduğu sonucuna varılabilir. Bu durumda kariyer merkezinin yukarıda da bahsedilen bireysel kariyer danışmanlığı görevine verdiği önem ve önceliğin, başvuranların kayıtlarının tutulmasında da belirleyici olduğu söylenebilir. Bu arada eğer bir sistem geliştirildiği takdirde, eğitim, seminer, kariyer fuarı gibi kitlesel faaliyetlere göre bireysel başvuruların kayıt altına alınmasının daha kolay olacağını da belirtmek gerekir.

Kariyer merkezinde sunulan hizmetlerden yararlananların demografik bazı özellikler bakımından dağılımı incelendiğinde genel bazı örüntülerin ve bir yararlanıcı profilinin ortaya çıktığı söylenebilir. Örneğin, kariyer merkezlerine kadınların erkeklere göre daha fazla başvurduğunu söyleyen katılımcıların çoğunlukta olduğu görülmektedir *(n: 10)*. Erkeklerin ağırlıkta olduğunu söyleyen (n: 2), ya da eşit ağırlıkta olduğunu söyleyen (n: 3) az sayıda katılımcı bulunmaktadır. Cinsiyet olarak kadınların daha fazla başvurmasını katılımcılardan birisi şu şekilde yorumlamıştır:

> *"Uzman Psikolog: Kadın öğrenci daha ağırlıkta her zaman. Hatta ben Master tezimi de burada yapmıştım ve bir kısım sosyal bilişsel kariyer kuramı değişkenleri ile ilgili bir çalışmaydı ve yüzde 80 katılımcı kadındı." (*KM-13*)*

Katılımcıların sınıf düzeylerine bakıldığında ise üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin daha çok başvurduğunu söyleyen katılımcıların sayısı çoğunluktadır (n: 11). İkinci sınıfların daha fazla başvurduğunu söyleyen katılımcılar (n: 3) olsa da başvuranların genellikle öğrencilikten iş yaşamına geçiş aşamasındaki öğrencilerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Son sınıfa yaklaştıkça öğrencilerin yardım arama motivasyonunun artışına ilişkin bir yorum aşağıdaki gibidir:

> *"Uzman: Aynen öyle, 3 daha az 4 daha sıklıkla o da tabiri caizse, yumurta kapıya gelince onun gibi. Gelecek dönem mezun oluyorum aman yandım Allah bana yardım. 4.sınıflar daha fazla." (KM-4)*

Görüldüğü gibi bireysel başvuru yoluyla yardım almak için gelenlerin profili, çoğunlukla mezuniyet sonrası iş yaşamına geçiş aşamasındaki daha üst sınıflardan oluşmaktadır. Ancak çeşitli eğitim ve seminer faaliyetleri söz konusu olduğunda katılımcıların belli bir sınıfta yoğunlaştığı söylenemez. Nitekim belirtilen profil daha çok şahsen başvuru yoluyla hizmet talep edenlere ilişkindir. Bu ayrıma ilişkin bir katılımcı görüşü şu şekildedir:

*“Sınıf olarak biz 1. Sınıfları talep ediyoruz çünkü süreci devam ettirebilmek için. Hedef odağımız yeni başlayanlar yine de. Kendiliğinden gelenler genelde duyuru ve iletişim kanallarımızdan duyup gelenler oluyor. Üçüncü, dördüncü sınıflar oluyor.” (*KM-14*)*

Yararlanıcıların bölüm veya fakültelerine ilişkin göze çarpan bir yığılma olup olmadığına ilişkin yorumlara bakıldığında, İktisadi ve İdari bilimler bölümlerindeki öğrencilerin diğer bölüm veya fakültelere göre daha sık başvurdukları görülmektedir (n: 9). Katılımcı görüşlerinden bazıları aşağıdaki gibidir:

“Ama daha çok şöyle diyeyim idari birimler daha biraz şey ya da sosyal bilimler onlar geliyor. Çünkü mühendislerin yolu belli, zaten firmalarla bir araya geliyorlar.” (KM-4)

*“Daha çok Mühendislik ve İİBF ağırlıklı oluyor. En az gelen konservatuar ve tıp fakültesi öğrencisidir.” (*KM-6*)*

*“Erkek daha ağırlıklı ve daha çok İİBF’den geliyorlar.” (*KM-9*)*

*“Aslında en çok İşletme-İktisat alanından, Edebiyattan, Eğitim Fakültesinden çok fazla, sınıflar üçüncü ve dördüncü sınıflar daha fazla.” (*KM-13*)*

“Genelde İktisadi İdari bilimler öğrencileri daha ağırlıklı çünkü bitişik binadayız. Hocamız da İBF hocası.” (KM-15)

Yukarıdaki bulgulardan hareketle, kariyer merkezlerine örneğin İİBF öğrencilerinin daha sık başvurdukları ama örneğin tıp fakültesi öğrencilerinin daha az başvurdukları, bunun da mezuniyet sonrasında istihdam konusunda yaşanabilecek belirsizlikle ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Başka bir ifade ile, merkeze başvurma davranışının öğrencilerin kariyer geçiş sürecine atfettikleri belirsizlik algısı üzerinden gerçekleştiği yorumu yapılabilir. Böylece kariyer belirsizliği ile yardım arama davranışı arasındaki ilinti, mezun olunan bölümün/fakültenin öğrencilerinin kariyer merkezine başvurmak sıklığı üzerinde belirleyici olduğu söylenebilir.

Kariyer merkezine başvuranların başvuru nedenleri incelendiğinde başvuruların dört başlık altında toplanabileceği anlaşılmaktadır. Bunlar kariyer kararsızlığı, istihdam becerileri, iş/staj olanakları, lisansüstü eğitime geçiş hakkında bilgi veya yardım almak için yapılan başvurular şeklinde ifade edilebilir. Aşağıdaki alıntılar örnek olarak incelenebilir:

"Öğrencilerimiz randevu ile bireysel kariyer danışmanlığı hizmeti alıyorlar. Aynı zamanda CV yazma, iş arama teknikleri ve mülakat yöntemleri hakkında da bilgi sahibi alıyorlar. Aynı zamanda Merkezimiz ile İŞKUR arasında imzalanan işbirliği protokolü sonucunda her hafta Cuma günü Merkezimizin yönlendirmesiyle İŞKUR personeli tarafından staj ve iş bulma gibi konularda destek alıyorlar." (KM-2)

"Genelde CV yazılması konusunda başvuruyorlar. Kafaları karışık olduğu için okuduğu bölümden başka bir yöne nasıl atlayabilirim ya da piyasada staj olanağı olabilir mi o firmada nasıl çalışabilirim, bu tip konularla geliyorlar." (KM-4)

- *"Uzman: İhtiyaç konusunda yani genellikle iş arama oluyor.*

  Araştırmacı: Son sınıf öğrencileri mi geliyor iş aramaya?

  Uzman: Son sınıf öğrencileri geliyor genelde evet.

  Araştırmacı: Ne diyorlar mesela ne için geldim diyorlar?

  *Uzman: Okul bitmek üzere, var olan CV'mi nasıl düzenleyeyim? Şu şu firmayla görüşme yapacağım referans olur musunuz? Araştıralım birlikte… bu şekilde oluyor." (*KM-5*)*

  *"Lisansüstü eğitim ile ilgili, yurtdışı eğitim ile, staj ve iş olanakları ile ilgili, yoğunlukla cv hazırlama ile ilgili, hangi alanlarda çalışılması hakkında bilgi amacıyla başvurmaktadır." (*KM-6*)*

  *"Daha çok öğrenciler çalışmak isterse staj yapmak isterse, okul bittikten sonra yurtdışına gitmek isterse başvuruyor. Bir de işte lisansüstü eğitim almak isteyenler başvuruyor." (*KM-9*)*

  *"En çok kariyer belirsizliği, kariyer kararsızlığı. Kariyer kararı verme ile ilgili elindeki veriyi yeterince değerlendiremeyen, mezuniyet sonrası ile ilgili çok yoğun kaygıları olan, hangi sektöre yöneleceği ile ilgili yine kararsızlık yaşayan, yani özel mi, akademik mi, işte kamu mu, bu süreçlerde hangi adımları atmak gerekiyor, nasıl hazırlanabiliriz gibi pek çok konuda destek arıyorlar." (*KM-13)

  "Genellikle CV hazırlamada geliyorlar. Yani kariyer planlamaları ile ilgili, stajla çok geliyorlar, işle geliyorlar. Bir de şöyle bir şey var kariyer planlamalarında eğer ki tereddütte kaldıysalar onun için geliyorlar yani işte kamu istiyorum veya yüksek

lisans yapacağım ama süreçleri veya bilgilendirmede bulunuyoruz. Genelde onlarla ilgili geliyorlar. Bize aslında ilk geldikleri kariyer merkezi ne yapıyor diye geliyorlar tanımak amaçlı geliyorlar." (KM-18)

"Daha çok iş veya staj bulmak için geliyorlar. Gelenler daha çok utangaç, çekingen öğrenciler." (KM-20)

Yukarıda örnekleri paylaşılan alıntılara bakıldığında CV yazma ve mülakat teknikleri gibi *istihdam becerileri*ne ilişkin bilgi alma, *iş ve staj* konusunda yardım isteme, *lisansüstü eğitim olanakları*na ilişkin bilgi paylaşımı ve *kariyer kararsızlığı* nedeniyle uzmana danışma gibi kategorilerin başvuru nedenleri arasında ön plana çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda, verilen hizmetlerin çoğunluğunun mezuniyete yaklaşmış öğrencilerin okul sonrası kariyer süreçlerine odaklandığını, kariyer merkezinin iş yaşamına geçiş sürecine hazırlanan öğrencilere bir yardım merkezi olduğunu ortaya koymaktadır. Daha çok bir istihdam ofisi gibi hizmet veren bu merkezlerin az da olsa başka konularda başvuru aldığı da görülmektedir. Nitekim aşağıdaki alıntı buna örnek olabilir:

*"Bölümlerini sevmeyen öğrenciler, bu grup genellikle birinci sınıf öğrencileri oluyor. Bunlar kaydını sildirip sildirmeme, tekrar sınava girme, yatay-dikey geçiş yapma vb. Bazıları yatay geçiş yaparak, bölüm değiştiriyorlar. Uyum sorunu yaşayanlar. Maddi sıkıntı, burs ihtiyacı olanlar. Kariyer danışmanlarının öğrenci işleri, erasmus, burs vb konularda bilgili olması gerekiyor. Sınav stresi veya yalnızlık gibi sorunlarla da başvuran oluyor." (*KM-16*)*

Görüldüğü gibi bu başvuru nedenlerinden bazıları da kariyerle ilişkili olmayan nedenleri kapsamaktadır. Bu durumda ne yapıldığı ise ***Kariyer Dışı Nedenlerle Merkeze Başvuran Danışanlar*** başlığı altında değerlendirilmiştir (Bkz. Sayfa:126). Bulgular kariyer merkezlerinin çoğunlukla istihdama ve lisans sonrası sürece hazırlığa yönelik nedenlerle tercih edildiğini, az da olsa kariyer danışmanlığı talep eden ara sınıf öğrencilerinin de bu taleplerle merkezlerin kapısını çaldığını ortaya koymaktadır. Bu farklı talepleri karşılama görevini üstlenebilmesi için kariyer merkezleri farklı kurum ve kuruluşlarla da işbirliği yapmaktadırlar. Bu işbirliği faaliyetleri araştırmada ayrıca incelenmiş ve analiz edilmiştir.

3.16 Kariyer Merkezlerinin İşbirliği Yaptığı Kişiler ve Kuruluşlar

Kariyer merkezlerinin işbirliği yaptığı kurum ve kuruluşlara ilişkin bulgular aşağıda sunulmuştur. İşbirliği yapılan kurum ve kuruluşlar incelendiğinde ilk sırada kamu kurumlarının geldiği görülmektedir. Kamu kurumlarının başında da İŞKUR gelmektedir. İŞKUR ile yapılan işbirliğini vurgulayan görüşmecilerden bazılarının ifadeleri aşağıda verilmiştir:

- *"İŞKUR ile protokol yaptık mesela; İrtibat ofisi kurduk. Haftada bir gün iki İMD geliyor ve öğrencilere danışmanlık veriyorlar. İŞKUR her zaman bizim destekçimiz. Özellikle staj konusunda bize fırsat yaratmaya çabalıyorlar ama çok sınırlı kalıyor bu" (KM-2)*

- *"İşkur iş bulma seminerleri düzenliyor bize. Sadece buraya değil, tüm birimlere yani fakülte ve meslek yüksekokulu bazındaki birimlere. Onların bu seminerleriyle birlikte beraber çalışıyoruz. Yani o seminerlere beraber katılıyoruz, öğrencileri beraber organize ediyoruz ve beraber sunum yapıyoruz." (KM-3)*

- *"Uzman: İŞKUR elemanı laptopu ile birlikte geliyor. Sisteme giriş yapıyor. Açık işlere hemen öğrenci başvurularını yapıyor. Önce İŞKUR'a kaydını alıyor. Ondan sonra başvurularını hemen değerlendiriyor. Hatta bazı aşamalarda iş ve meslek danışmanı kişiyi alıp firmaya görüşmeye götürüyor. Bu arada İŞKUR bizim iş ortağımız. Ortak bir noktada buluşuyoruz kendileriyle. Onlar ile bir protokol yaptık. Her yıl protokol tazeleniyor, yenileniyor, faydalı oluyor.*

- *Araştırmacı: Kariyer merkezi ile İŞKUR arasında bir protokol var öyle mi?*

*- Uzman: Kesinlikle. Bu arada biz iki uzman da İŞKUR'un temas noktasıyız. Biz de İŞKUR'un vermiş olduğu hizmetleri burada vermekteyiz. Biz İŞKUR'dan temas noktası eğitimi aldık ve bizi görevlendirdiler oradan ve belge verdiler. Biz de İŞKUR'un vermiş olduğu hizmetleri burada vermekteyiz, temas noktasıyız." (*KM-5*)*

- "İŞKUR, arkadaşlarımız yetkili zaten hizmet noktası. O anlamda birlikteyiz. Tüm organizasyonlarımızda İŞKUR mutlaka bir protokol yapıyoruz ayrı ayrı. Her organizasyonda İŞKUR'un mutlaka bir standı oluyor, her yine organizasyonda İŞKUR'un bu yine işbaşı programı, istihdam, teşvik programları ile ilgili olan iş

*gücünü ilgilendiren tarafıyla seminer olarak aktarıyorlar. Yani hiç kimse olmasa da onlar bir konuşuyorlar yani salon konuşması oluyor. Hepsinde varlar yani" (*KM-6*).*

*- "Geçen sene İŞKUR ile bir etkinlik yaptık. Kariyer Günleri diye, birkaç kişi getirdik." (*KM-8*)*

*- "En başta İŞKUR geliyor. İŞKUR ile küçük eğitimler açtık ve desteğini alıyoruz. Hem öğrencilerimize hem dışarıdaki işsizlere yardımcı oluyoruz. Bütçesel bazlı yapılar olmasından dolayı en azından İŞKUR'un eğitim masrafını karşılama konusunda desteğini alıyoruz." (*KM-14*)*

Katılımcı görüşlerinden de anlaşılacağı gibi İŞKUR kariyer merkezlerinin sıklıkla işbirliği yaptığı kurumların başında gelmektedir. Ancak bu işbirliği her zaman olumlu algılandığı anlamına gelmemektedir. Nitekim bir katılımcı şu şekilde görüş bildirmiştir:

"İŞKUR'la bir irtibat büromuz var bizim de ama şimdi ben yani İŞKUR'un çalışmalarını da verimli bulmuyorum ki. İŞKUR'un irtibat bürosunun elemanı gelecek buraya bir bilgisayarı olacak öğrencileri bilgisayarına kaydedecek yani kariyer netin yaptığını burada bir eleman göndererek yaptırıyor. Devlet bunun için bile para ödüyor birine. Kariyer nette kişiler bedavadan giriyorlar sisteme, maliyeti yok. Şimdi bakıyorum İŞKUR KİT olmuş.10.000 tane falan İMD'ci (İş ve Meslek Danışmanı) *var, şimdi bizim aslında İŞKUR çok önemli bir ortağımız değil mi? Defalarca onlarla görüştük, oradakiler de bizim arkadaşlarımız, düşüncelerini söylüyorlar, onlarla beraber çalışmak zorundayız ama siz galiba bu konuda daha iyisiniz onlarla. Biz birazcık daha uzağız şey yapamadık yani o şeyi sağlayamadık. Hocam İMD'cilerin kendisi İMD'ye muhtaç. Şimdi düşünebiliyor musunuz? İMD'ci olmuş sürekli eğitim merkezinden sertifikasını almış, ama devlete atanmak için bekliyor. Yani kendine iş bulamayan İMD'ci şimdi İŞKUR'dakiler de böyle. Bunların da eğitilmesi lazım." (*KM-10*)*

Dolayısıyla bir anlamda aradaki işbirliği faaliyetlerinin tam anlamıyla kariyer merkezlerinin İŞKUR'a ihtiyaç duyması ve özellikle işbirliği talep etmesi şeklinde gerçekleşmesinden öte, bir yasal veya idari gereksinim olarak ortaya çıktığını ve bazı kariyer merkezlerinin aslında ihtiyaç duymasalar bile İŞKUR ile işbirliği yapmaya devam ettiklerini söylemek mümkündür. Bu durumda aradaki ihtiyaç ve işbirliği ilişkisinin bazı kariyer merkezleri için adeta *de fakto* nitelik taşıdığı yorumu da yapılabilir.

İşbirliği yapılan diğer kamu kurumları ise diğer üniversiteler (n=8), Bakanlıklar (Sanayi ve Teknoloji, Maliye Bakanlığı gibi) (n=5), KOSGEB (n=3), Valilik (n=3), Kalkınma Ajansı (Trakya Kalkınma Ajansı) (n= 2) olarak belirtilmiştir. İşbirliği faaliyetlerinin İŞKUR'dan sonra en çok diğer üniversitelerle yapıldığını söylemek mümkündür. Bu durumu da özellikle yeni açılma sürecindeki üniversite kariyer merkezleri arasındaki bilgi ve deneyim paylaşımı üzerinden açıklamak mümkündür. Nitekim bir proje kapsamında kurulmuş olan KM-16 ve KM-18 Üniversitesi Kariyer Merkezleri arasındaki işbirliği ve özellikle KM-12 Üniversitesi Kariyer Merkezinin diğer merkezler tarafından incelenmesi ve takip edilmesi bu duruma örnek gösterilebilir.

İşbirliği faaliyetlerine ilişkin ikinci kategori özel sektör firmalarıyla yapılan faaliyetler adı altında toplanabilir. Paylaşılan görüşlerden bazıları aşağıdaki gibidir:

> *"Şu an bizim iki laboratuvarımız var bizim fakültemizde. Bir tanesi İş Yatırım tarafından dizayn edildi, finanse edildi. Özellikle işletme alanında, yatırım analizleriyle ilgili öğrencilerimize ücretsiz eğitimler sunacaklar. Protokolleri yapıldı, bilgisayarları geldi, bir tek programlar yüklenmedi. İş Yatırım en kısa sürede tedarik edecek. Şu anda laboratuvar tamam, tüm olanaklarıyla." (KM-3)*

> *"İki sene öncesine kadar kariyer.net'le bir protokol imzalanmıştı, Rektörlük ve kariyer.net arasında. Öğrencilerimizin girip bakabildikleri butik bir alan vardı, o alandan şifresiyle giren öğrenciler ilanları görebiliyorlardı; ama daha sonra hem oranın yöneticisinin değişmesi hem bizim burada koordinatörlerin olmayışından sebep, o sistem çöktü." (KM-4)*

> *"Özellikle kariyer.net ile çalışıyoruz. Her yıl hemen hemen bir veya iki defa kariyer.net ile birlikte iş arama becerileri, mülakat teknikleri, CV hazırlama vb. görüşmelerle seminerlerle öğrencilere aktarıyoruz. İzgören akademi var burada. Onlar ile bir iki etkinlik yaptık burada. Biz bazen proje yapıyoruz. Projeye hibe alıyoruz. Olunca çok güzel oluyor. Bizim proje birimimiz var. Bu dönem de ajansa bir proje sunduk. Projemiz geçti. Projeyi İzgören akademi ile gerçekleştireceğiz." (*KM-5*)*

> *"İşbirliği demek belki çok sağlıklı bir kelime olmaz ama şu anki bizim stratejik plan içerisinde yeni yapımız içerisinde, kamu özel sektör ve STK'larla ilgili iletişim kurma noktasında temsilciler orijinli komisyonlar kurulacak. Bu şu anda çalışma aşamasında ve o komisyonlar neticesinde bu bahsettiğimiz işte kamusal iletişim*

*ve ziyaretler, özel sektör iletişim ve ziyaretler gibi bir yapı söz konusu. Bunun fikirleri de bahsettiğim gibi geçen sene kariyer günlerinden itibaren doğdu. Geçen sene kariyer günlerinde biz bu bahsettiğimiz hem kamudan hem de özel sektörden taleplerde bulunduk." (*KM-9*)*

*"Özel firmalarla işbirliği içinde olunuyor. İK müdürleri gelip envanter uyguluyorlar ya da öğrenciler için konuşmalar yapıyorlar." (*KM-17*)*

"Özel sektör firmaları ile yoğun olarak görüşüyorum. Bazen firmadan temsilciler geliyor çok uzun süre de biz de gittik görüştük." (KM-19)

Özel sektör firmaları ile faaliyetlerin birlikte yürütülmesi, açık işlerin duyurulması ve öğrencilere iş ve staj ayarlanması gibi konularda işbirliğinin yapıldığı göze çarpmaktadır. Özellikle sanayi ve ticaret bakımından gelişmiş şehirlerdeki kariyer merkezlerinin bu işbirliği faaliyetlerinde diğer şehirlere göre daha güçlü oldukları söylenebilir.

İşbirliği faaliyetleri altında yer alan diğer bir kategori uluslararası kuruluşlar olarak ortaya çıkmıştır. Başında Avrupa Birliği (n=3) olmak üzere, ILO (*Uluslararası Çalışma Örgütü*) (n=1), yurtdışı üniversiteler (n= 1), AIESEC (*Uluslararası Ticari Bilimler Ekonomi Öğrenciler Birliği*) (n=1) gibi kuruluşların işbirliği yapılan kuruluşlar arasında sayıldığı görülmektedir ancak frekanslardan da anlaşılacağı gibi bu kuruluşlar az sayıdadır.

İşbirliği faaliyetleri kapsamındaki son kategori yerel işbirliği faaliyetleri adı altında oluşturulabilir. Yerel kuruluş ve örgütler arasında STK'lar (n= 6), belediyeler (n= 8), vakıflar (n= 1), dernekler (n= 1), sanayi ve ticaret odası (n= 7) gibi kuruluşların bulunduğu görülmektedir. Yapılan işbirliği faaliyetlerinin bazıları aşağıdaki gibi ifade edilmiştir:

"Dernekler var, ilçelerden kaymakamlıklar aracılığı ile geliyorlar bize. Bir de halk eğitim mesela, il içerisinde halk eğitim merkezleri bize böyle bir şey sunuyor. " (KM-1)

"Şu ana kadar sadece sanayi odasıyla bir dirsek temasımız oldu. Sanayi ve Ticaret Odalarıyla, yapılan birtakım etkinlikler oluyor ya özellikle girişimcilik ve iş fuarı tarzında malumunuz şu son 5-6 yılda yapılan hükümetin daha ziyade, istihdama yönelik bir artırıma nasıl gideriz, diye bütün çalışma müdürlüklerinin bir şekilde daha ön plana çıkarttığı ve yaklaşık 5-6 yıldan beri Konya, Sakarya, Urfa, Diyarbakır gibi özellikle bölge müdürlüklerinin olduğu yerlerde yapılan kariyer ve iş

*girişimciliği fuarları oluyor. O fuarlarda iyi kötü bir dirsek temasımız oluyor bu şeylerle." (*KM-5*)*

*"USAİV denen bir vakfımız vardı, Üniversite Sanayii İşbirliği Vakfı onlar vasıtasıyla organize sanayi ve ticaret hayatıyla diyaloğun geliştirilmesi ve istihdam olanaklarının genişletilmesi konusunda çalışmalar yapıyordu." (*KM-7*)*

*"Büyükşehir Belediyesi ile çalışıyoruz. Kariyer Zirvemizi duyurmak için belediyenin billboardları ile anlaştık. Otobüslerde ve duraklarda yayınlanıyor. Hazırlanan afişler." (*KM-8*)*

"Belediyelerin etkinliklerinde konuşmacı olabiliyoruz kariyer üzerine bilgilendirici etkinliklere katılıyoruz seminerde konuşmacı olarak. Ya da onların etkinliklerinin duyurusunu yapıyoruz, sanayi odalarının etkinliklerinin duyurusunu yapıyoruz." (KM-20).

Her ne kadar bu yerel aktörlerle ilgili yukarıdaki gibi işbirliğine yönelik faaliyetler yürütülebilse de bu pozitif durumun kariyer merkezlerinin tamamı için geçerli olmadığını söylemek gerekir. Nitekim görüşmelerin bazılarında işbirliğinin yapılmadığı ya da bu yerel aktörlere özellikle müracaat edilmesine rağmen işbirliği kurulamadığına yönelik ifadeler kullanılmıştır. Bu ifadelerden örnekler aşağıda paylaşılmaktadır:

"Tamamen kişisel ilişkilerle gelişen bir ilişki var. Yoksa üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde gelişen bir işbirliği yok." (KM-3)

"Onlarla bir şeyimiz olmadı, yerellerle olmadı." (KM-4)

*"Açıkçası bu yıla kadar hiçbir iş birliği yapmadık belediyeyle. Bazı etkinliklerimizde sponsor olmaları için gittik, hiç oralı olmadılar." (*KM-5 *Uzman)*

*"Belediye özellikle bu siyasi mülahazalardan dolayı maalesef belediyeyle üniversite arasında yaklaşık 20 yıllık bir küskünlük var. Bizim şu anda kampüsün çevre düzenlemesinin bu kadar rezil vaziyette olmasının en önemli sebeplerinden bir tanesi de yerel yönetimlerden destek alınmamasıdır." (*KM-5 *Yönetici)*

*"Belediye ile çok fazla değil açıkçası. Sanayi odası, onlarla yine çok fazla bir arada değiliz." (*KM-6*)*

“Sanayi Odası ile işbirliği geliştirmeye çalıştık birçok kez onları davet ettim oluşmadı.” (KM-15)

Yukarıdaki bulgulara bakıldığında yerel aktörlerle işbirliğinin getirdiği avantajların yanında işbirliği kurmaya ilişkin zorlukların da ön plana çıktığını söylemek mümkündür.

İşbirliği yapılabilecek kamu kurumlarından birinin de Milli Eğitim Bakanlığı olduğu anlaşılmaktadır. Bu işbirliği beklentisinin uzman personel eksikliğini bertaraf edebilmek için alan uzmanı ‘Rehberlik Öğretmenleri’ aracılığıyla kurulması gerektiğine ilişkin öneri kayda değerdir:

“…Bizlere meslek grupları ve bölümler hakkında eğitim verilmesi lazım….Rehber hocalar test uygulama, yorumlama, yönlendirme yapma becerisi eğitimi verseler daha faydalı oluruz öğrencilere…” (KM14)

Bu çalışmanın birinci amacı Türkiye’de devlet üniversitelerinde bulunan kariyer merkezlerinin güçlü ve zayıf yönlerinin değerlendirilmesi, ikinci amacı ise mevcut durum analizinden yol çıkılarak biri tek yerleşkeli, diğeri çok yerleşkeli üniversiteler için iki ayrı kariyer merkezi modeli geliştirmektir.

Bulgular özetlenecek olursa, Türkiye’deki kariyer merkezlerinin çoğunun son on yılda açıldığı, büyük bir bölümünün bağımsız bir hizmet birimi olmak yerine bir “Araştırma ve Uygulama Merkezi” bünyesinde faaliyet gösterdiği, isimlerinin farklı farklı olduğu, on binlerce öğrencisi olan bu üniversitelerin kariyer merkezlerinin neredeyse tamamında sadece bir veya iki personelin bulunduğu, üstelik bu personelin kariyer danışmanlığı alanında eğitim almadığı gözlenmiştir. Ayrıca kariyer hizmetlerinin uygun olmayan mekanlarda gerçekleştirildiği, bireysel kariyer danışmanlığı hizmetlerinin çok az üniversitede sunulduğu, bireyi tanıma amacıyla kullanılan test tekniklerinin son derece sınırlı kaldığı, kariyer merkezlerinin öğrenciler tarafından yeterince tanınmadığı, web sitelerinin güncellenmediği belirlenmiştir.

Türkiye’de devlet üniversitelerindeki kariyer merkezlerinin etkin hizmet sunamadığı, pek çok üniversitede ise kariyer merkezinin henüz kurulmadığı dikkate alındığında, Türkiye’deki devlet üniversitelerinin yapı ve koşullarına uygun kariyer merkezi modelleri geliştirmenin önemi açıktır. Bu nedenle bu çalışma kapsamında tek ve çok yerleşkeli üniversiteler için iki ayrı model geliştirilmiş, bu modellerin her bir bileşenlerinin açıklandığı bir kılavuz dokuman hazırlanmıştır. Bu dokümanın gerek kendisini geliştirmek isteyen gerekse henüz kariyer merkezi açmamış

üniversitelere yardımcı olması umulmaktadır. Bir sonraki bölümde bu iki modele yer verilecektir.

BÖLÜM 4

TEK VE ÇOK YERLEŞKELİ ÜNİVERSİTE KARİYER MERKEZLERİ İÇİN MODEL ÖNERİLERİ

4.1 GİRİŞ

Üniversitelerde kariyer merkezi kurmanın temel amacı, başta öğrenciler olmak üzere mezunlara kariyer danışmanlığı ve planlaması hizmetlerinin ücretsiz verilmesinin sağlanmasıdır. Danışanların kendi ilgi, beceri, kişilik özellikleri ve meslek değerlerini dikkate alarak işgücü piyasasının gerekliliklerine uygun bir kariyer planı oluşturmaları için kariyer merkezlerine önemli görevler düşmektedir.

Günümüzün rekabetçi ekonomik koşullarında üniversite öğrencilerine kariyer danışmanlığı hizmeti sunmak hiç olmadığı kadar önem kazanmıştır. Öğrenciler, bu merkezlerden kariyer fırsatlarını tanıtmalarını, firma ve sektör araştırmaları sonuçlarını paylaşmalarını, açık işleri bildirmelerini, CV hazırlamalarına yardım etmelerini, mülakat becerilerini geliştirmelerini, aldıkları iş teklifleri için karar vermelerine destek olmalarını beklemektedirler. Dolayısıyla Merkez yönetici ve çalışanlarının öğrencilerin bu beklentilerinin bilincinde olması gerekmektedir. Pek çok kariyer merkezi aşağıda sunulan dört temel hizmet sunmaktadır:

a) Kariyer rehberliği/danışmanlığı

b) Kariyer gelişimlerini destekleyici eğitim, seminer, çalıştay vb. düzenlemeleri

c) İş ve staj fırsatları konusunda yardım etmeleri

d) Mezun ve işverenlerle sosyal ağ oluşturarak istihdamlarına destek olmaları.

Ayrıca, öğrencileri yatay-dikey geçiş koşulları ve lisansüstü eğitim fırsatları konusunda bilgilendirmek ve girişimcilik becerilerini geliştirmelerine destek olmak da merkezin sorumluluğundadır. Ancak kariyer merkezlerinde çalışan personelin nitel ve nicel olarak sınırlılığı ile bu merkezlere ayrılan bütçenin yetersizliği gibi içsel koşullar ile ulusal ve bölgesel iktisadi koşullardaki değişimler ve işveren beklentilerinin değişmesi gibi dışsal koşullar kariyer merkezlerinin sunduğu hizmetin nitelik ve niceliğini etkilemektedir.

Son yıllarda üniversitelerin çeşitli ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından belli kıstaslara göre derecelendirildiği görülmektedir. CWUR (Center for World University Rankings), ARWU (The Academic Ranking of World Universities), Ranking Web of Universities, THE (Times

Higher Education), QS (Quacquarelli Symonds University Ranking gibi uluslararası derecelendirme kuruluşlarının yanı sıra 2009 yılında ODTÜ Enformatik Enstitüsü tarafından kurulan URAP (University Ranking by Academic Performance) adlı yerli bir derecelendirme kuruluşu da üniversiteleri derecelendirmektedir. Her değerlendirme kuruluşunun kendine özgü farklı değerlendirme ölçütleri olsa da genellikle araştırmalar, makaleler, üretilen bilimsel dokümanlar, atıflar, gerçekleştirilen projeler, yabancı öğrenci sayısı, yabancı öğretim üyesi oranı ve doktora mezun oranı gibi göstergeler dikkate alınmaktadır. Son yıllarda yayın ve araştırma gibi akademik göstergelere ek olarak üniversitenin işverenlerle ortak çalışmaları ve mezunların istihdam durumunun da bazı derecelendirme kuruluşları tarafından bir ölçüt olarak puanlamaya eklendiği dikkati çekmektedir. Örneğin QS World University Ranking adlı kuruluşun üniversiteleri sıralarken kullandığı altı ölçütten biri üniversitenin öğrencilerini işgücü piyasasına hazırlamada ne oranda başarılı olduğudur. Bu ölçüte göre işverenler her üniversiteyi, mezunlarının yetkinliği ve üniversitenin inovasyona verdiği önem bakımından puanlamakta; işverenlerin gözünde üniversitenin itibarı, tanınırlığı ve işgücü piyasasındaki etkisi de dikkate alınmaktadır. Benzeri şekilde Times Higher Education de diğer akademik ölçütlere ek olarak üniversitenin iş dünyası ile ortak projeler yürütme, iş dünyasına danışmanlık yapma, sektöre bilgi transferi sağlama vb. ölçütleri dikkate almaktadır. Ayrıca CWUR (Center for World University Rankings) adlı derecelendirme kuruluşunun üniversiteleri derecelendirmede kullandığı 7 kıstastan birinin mezunların istihdamı ile ilgili olduğu görülmektedir. Buna göre dünyanın önde gelen şirketlerinde CEO pozisyonunda çalışan mezun sayısı üniversitelerin derecelendirilmesinde %15 oranında ağırlık oluşturmaktadır.

Bu bulgular bir üniversitenin diğer üniversitelerle ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet edebilmesi için sadece araştırma yapma, eğitim verme ve topluma hizmet etme gibi yükseköğretimin geleneksel fonksiyonlarını yerine getirmesinin yeterli olmadığı; bu fonksiyonlarına ek olarak mezunlarının istihdamını ve onları çalışacakları kurumlarda üst pozisyonlara gelebilecek şekilde yetiştirmeyi de önemsemeleri gerektiği anlamına gelmektedir.

Mezunların istihdam oranı üniversitelerin marka değerini arttıran bir faktör olmakla birlikte, son yıllarda artan üniversite sayısına paralel olarak artan öğrenci sayısı, mezunların işe girmelerini zorlaştırmaktadır. Türkiye'de son yıllarda gerek üniversite gerekse üniversite öğrencisi sayısında önemli bir artış yaşanmaktadır. Örneğin 1982 yılında YÖK öncesinde Türkiye'de üniversite sayısı 19 iken, 2019 yılında bu sayı 206'ya çıkmıştır. Benzeri şekilde 1982 öncesi üniversitede okuyan öğrenci sayısı 300.000'in altında iken, 2019 yılında bu sayı 8 milyona ulaşmıştır. 1982 yılında Türkiye'nin nüfusunun 47 milyon; 2019 yılında ise 81 milyon olduğu dikkate alındığında, söz konusu sürede Türkiye nüfusunun iki kat bile artmadığı, buna karşın üniversiteye kayıtlı öğrenci sayısının 25 kat arttığı görülür. Nitekim Dünya Ticaret Örgütünün

2017-2018 yılında 137 ülkeyi kapsayan Küresel Rekabet Raporunda (World Trade Organization, 2017) yükseköğretime erişimde Türkiye'nin 2. sırada olduğu görülmektedir. Bu durum ilk başta olumlu bir durum gibi görünmekle birlikte, üniversitelerimizin küresel rekabette 53. Sırada, inovasyon yapma kapasitesinde 74. Sırada, yükseköğretim kalitesinde ise 101. sırada olması manidardır.

Yukarıda sunulan istatistikler dikkate alındığında, Türkiye'de öğrencilerin üniversiteye girmelerinin geçmiş yıllara göre çok daha kolay; ancak mezun olduklarında işe girme olasılıklarının çok daha zor olacağı öngörülebilir.

Mademki üniversiteden beklenen rollerden biri de mezunlarının kariyer gelişimlerini desteklemek ve istihdamlarına yardım etmektir, o halde bu süreçte üniversitelere önemli görevler düşmektedir. Gelişmiş üniversiteler bu rollerini yerine getirmek için uzman personelden oluşan kariyer merkezleri kurmuşlardır. Hatta ABD ve Avrupa'nın gelişmiş üniversitelerinde bu hizmetlerin 70-80 yıldır yürütüldüğü bilinmektedir. Oysa bu proje kapsamında yürütülen araştırmada, Türkiye'de sadece 20 devlet üniversitesinde kariyer merkezi olduğu, bu merkezlerin yarıdan fazlasının 2013 yılı sonrası kurulduğu görülmüştür. Türkiye'de toplam 129 devlet üniversitesi olduğu dikkate alındığında, bu üniversitelerimizin %85'inde kariyer merkezi olmadığı; kariyer merkezi bulunan üniversitelerin bir bölümünde ise kariyer merkezinin aktif olmadığı, öğrencilere hizmet sunan bir personelinin olmadığı ve öğrencilere doğrudan hizmet sunacak bir mekana sahip olmadıkları görülmüştür. Bünyesinde kariyer merkezi bulunan 20 üniversitenin kariyer merkezi yöneticileri ve personeli ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde de pek çok kariyer merkezinin etkin hizmet sunamadığı, bu hizmetleri sunacak personelin yetersiz olduğu ve bu hizmetleri sunabilmek için uygun bir mekanlarının olmadığı görülmüştür. Buna ek olarak henüz kariyer merkezi olmayan ama açmayı düşünen üniversite yöneticilerinin mevcut kariyer merkezlerinin yöneticileri ile irtibata geçerek el yordamı ile bilgi toplamaya çalıştıkları dikkate alındığında, Türkiye'deki devlet üniversiteleri için kariyer merkezleri modeli geliştirmenin, bu modelin temel bileşenlerinin nasıl olması gerektiği hususunda kılavuz niteliğinde bir dokuman hazırlamanın önemi daha iyi ortaya çıkmaktadır.

Bu nedenle bu çalışmada sadece bir model geliştirilmemiş, aynı zamanda bu modelin temel bileşenleri hakkında da açıklayıcı bilgilere yer verilmiştir. Örneğin bir kariyer merkezinin kendi vizyon, misyon ve değerlerini nasıl belirleyeceği, organizasyon şemasının nasıl olması gerektiği, merkezin yerini belirlerken hangi hususlara dikkat edilmesi gerektiği, merkezin fiziksel yapısı, ofis tasarımı, merkezde bulunması gereken kaynak ve ekipmanların neler olabileceği, merkezde çalışacak idari personelin hangi niteliklere sahip olması gerektiği, hizmetlerin planlanıp sunulmasında hangi hususlara dikkat edilmesi gerektiği, öğrencilere

hangi hizmetlerin sunulabileceği, sunulan hizmetlerin nasıl değerlendirilebileceği, merkezin yıl sonu faaliyet raporunun nasıl hazırlanabileceği, merkezin üniversite içi ve dışında hangi paydaşlarla işbirliği yapabileceği, merkezin öğrenciler tarafından daha iyi tanınması için hangi yöntemlerin kullanılabileceği ve ihtiyaç duyulan finansal konulara ilişkin önerilere yer verilmiştir.

Bu model ve kılavuz dokümanın hazırlanması sürecinde aşağıdaki kaynaklardan yararlanılmıştır:

1. Türkiye'de kariyer merkezi bulunan 20 devlet üniversitesi ziyaret edilerek, merkez yöneticileri ve personeli ile yüz yüze görüşülmüştür. Bu görüşmelerde merkezin güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya kaldıkları sorunlar belirlenmeye çalışılmış, merkezin daha iyi hizmet sunması için öneriler alınmış ve gerçekleştirilen iyi uygulama örnekleri not edilmiştir.
2. Türkiye'deki devlet üniversitelerinin dışında İstanbul'da Sabancı Üniversitesi ile Bahçeşehir Üniversitesi, Ankara'da ise Bilkent Üniversitesi ile TOBB üniversitesinin kariyer merkezleri incelenmiş, devlet üniversiteleri için model geliştirme sürecinde yararlanılabilecek iyi uygulama örnekleri saptanmıştır.
3. Daha önce ziyaret edilen 20 devlet, 4 vakıf üniversitesi kariyer merkezi yönetici ve personelinin katılımıyla Ankara Üniversitesi'nde bir günlük çalıştay düzenlenmiş, bu çalıştayda proje ekibi tarafından geliştirilen taslak modelin yapısı ve bileşenleri masaya yatırılmış, tartışılmıştır.
4. Avrupa'nın önde gelen üniversitelerinden Zürih Üniversitesinin (İsviçre) kariyer merkezi ziyaret edilerek, Türkiye'deki kariyer merkezlerine uyarlanabilecek iyi uygulama örnekleri saptanmaya çalışılmıştır.
5. ABD ve Avrupa ve Türkiye'deki başarılı üniversitelerin kariyer merkezleri web siteleri üzerinden incelenmiştir.
6. Yerli ve yabancı literatür incelenmiştir.

Her üniversitenin yapısı, işleyişi ve imkanları homojen olmadığından, tüm üniversiteler için tek bir Kariyer Merkezi Modeli geliştirmek ve uygulanmasını önermek mümkün görünmemektedir. Etkin bir kariyer merkezinin günümüzde sadece 'okuldan işe geçiş' sürecine yani 'yerleştirme' hedefine odaklanmasının yetersiz kalacağı da açıktır. İşgücü piyasası aktörleri kaçınılmaz değişim eğilimleri karşısında formel eğitim açısından farklı beklentiler içine girmişlerdir. Daha becerikli ve bilgili bir emek profiline duyulan gereksinim yükseköğretim sürecini iyi bir iş ve refah düzeyi yüksek bir yaşam için en güvenli yol haline getirmiştir.

İdeal bir kariyer hizmetleri modeli, değerler, ilgiler, kişilik, beceri ve amaçların belirlenmesiyle başlamalıdır (Jones, 2012). Kariyer merkezi modelleri geliştirilirken bu hususların dikkate alınması gerekmektedir.

Açıkçası Mc Grath'ın (2002) da önemle vurguladığı gibi üniversitelerin gençleri işgücü piyasasına hazırlamada kritik bir rol üstlenmeleri müfredat revizyonu kadar, verilecek kariyer hizmetlerinin dönüşümünü de gerekli kılmıştır. Bugünün küçük ya da büyük ölçekli firmaları için sadece 'diploma' bir anlam ifade etmemekte; aday çalışanların diğerleri arasından sıyrılmalarını sağlayacak 21.yüzyıl becerilerine ne denli sahip oldukları da işe alım sürecinde değerlendirilmektedir. O nedenle 2020'lerin üniversite kariyer merkezleri için 'hizmet menüsünü' çeşitlendirme zorunluluğu vardır ve pek çok üniversite kariyer merkezi öğrencilerin, işverenlerin ve kuşkusuz fakültelerin farklı beklenti ve önceliklerinin yarattığı baskı karşısında gerek görünürlük faaliyetlerini gerekse hizmet yelpazelerini genişletmek durumdadır.

Yine de üniversitenin eğitim veren akademik bir birim olmakla mezunlarına iş garantisi sunan bir kurum olmak arasında sıkışıp kaldığı söylenebilir. Lipka (2008) bu ikilemin giderilmesi için üniversitenin her iki rolü de üstlenmesini önermektedir. Cohen'in (1996) *bireyin aldığı eğitim güçlendikçe iyi bir işe girme şansının da artacağı; o nedenle odağı sadece iş bulma becerilerine doğru daraltmanın başarısız meslek eğitimi anlamına geleceği* uyarısı da hatırlanırsa, üniversitenin hem meslek öğretme hem de mezununu işe yerleştirme sorumluluğunu üstlenmesi mantıklı görünmektedir.

NACE'nin (National Association of Colleges and Employers) 2014'te Kariyer Merkezleri için Standartlar Dokumanlar adlı yayınında üniversite kariyer hizmetlerinin birincil amacını öğrencilere ve diğer paydaşlara kariyer, eğitim ve istihdam kararları ile planlarının geliştirilmesi, değerlendirilmesi ve uygulanmasında yardımcı olmak şeklinde ifade edilmiştir (Gonzales, 2017).

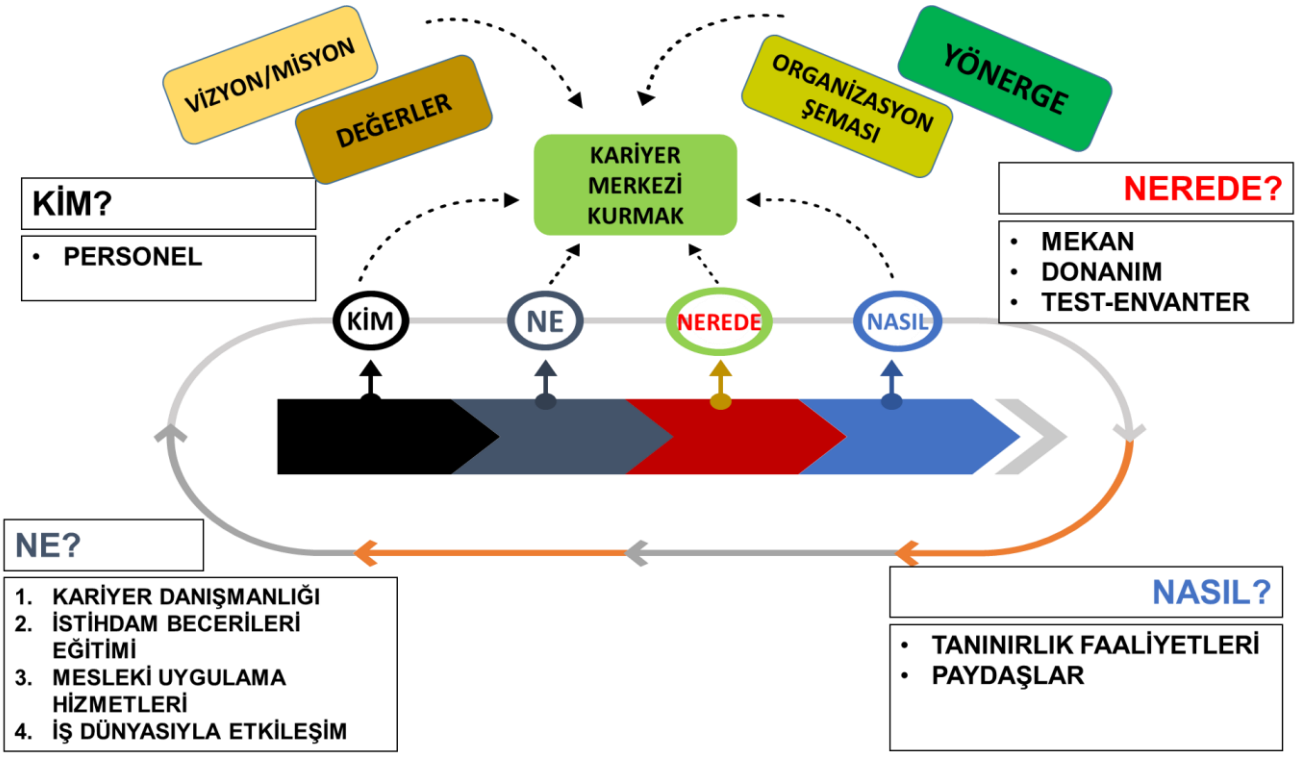
Görüldüğü üzere, sıralanan bu bileşenlerin her biri için bilgili ve deneyimli uzman personele ihtiyaç vardır. O nedenle önerilecek modeller, **profesyonel meslek elemanlarının 'çekirdek' ekip olarak istihdamı**nın zorunlu olduğu ön kabulüne dayalı olacaktır.

Bir diğer temel öge teknolojik gelişmelere duyarlı ve yeni neslin beklentilerine yanıt verebilecek Endüstri 4.0 paradigmasıyla uyumlu **e-kariyer hizmetlerinin planlanması**dır. Zira son 20 yıl içerisinde ofis içerisinde sunulan hizmetler teknolojik gelişmeye paralel olarak ofis dışına taşınmış durumdadır. O kadar ki sunulması öngörülen hizmetler, 24 saat kesintisiz verilebilir olmuştur. Bilgisayar ve internet olanaklarının güçlenmesi bilfiil ofis ziyareti alışkanlığının azalmasına; on-line randevu temelli mülakat uygulamalarına, video-görüşme uygulamalarına, on-line iş ilanı portallarına erişime doğru evrilmiştir. O nedenle modellemenin önemli bir diğer

bileşeni interaktif web siteleri oluşturma ve on-line kariyer rehberliği hizmetlerinin planlanmasına odaklı olacaktır. Bu yaklaşım, mülakat simülasyonu (mock interview), CV yazımı, iş arama sürecine yardım gibi kariyer merkezi tarafından sunulacak hizmetlerin kalitesini korumak şartıyla, ne kadarının on-line verilebileceğine dair stratejik bir planlamayı da zorunlu kılmaktadır.

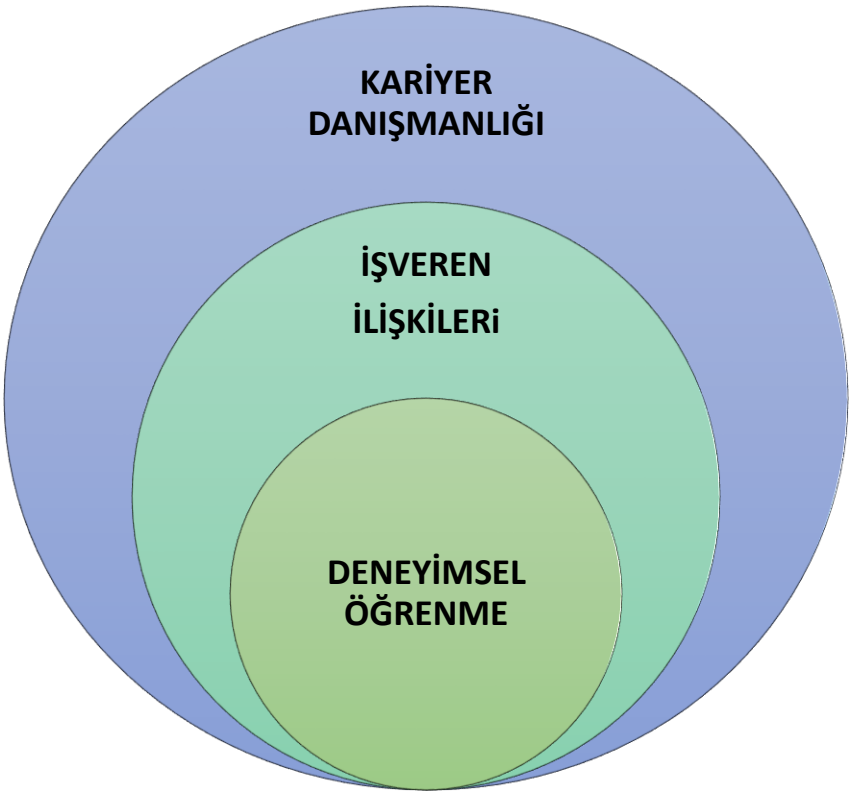
Tasarlanan model, kurumsal bir üniversite kariyer merkezi bileşenlerini de betimleme amaçlıdır. Merkezin organizasyon yapısı, yönetimi, personeli kadar etkin işlev kazanma bakımından kritik öneme sahip diğer **paydaşlar** da modelde yer alacaktır.

Modellemeye esas teşkil eden yapı Şekil 16'da sunulmaktadır:



Şekil 16. Modelin temel bileşenleri

İzleyen bölüm, tek yerleşkeli ve çok yerleşkeli üniversite kariyer merkezleri için alternatif model önerilerinin sunulmasına ayrılmıştır. Bu model alternatifleri için temel kurgu, Şekil 17'de betimlenen üçayaklı bir hizmet anlayışına odaklıdır:



Şekil 17. Merkez modeli için üç saçayağı

Bu yaklaşımın temel alınmasının nedeni de kariyer danışmanlığı, deneyimsel öğrenme ve işverenlerle kurulacak bağlantıların mezuniyet sonrası hemen bir iş bulma amacına hizmet etmek yerine, öğrencilerin yaşam boyu kariyer gelişimleri için kullanabilecekleri başat araçlar olduğu düşüncesidir. Bu üç temel fonksiyon yerine getirilirken teknolojiye dayalı sistematik bir yapı hedeflenmektedir.

4.2 TEK YERLEŞKELİ ÜNİVERSİTELER İÇİN KARİYER MERKEZİ MODELİ

Bu bölümde bir kariyer merkezinin temel bileşenleri olan merkezin, vizyon, misyon ve değerleri, organizasyon şeması, merkezin mekanı ve fiziksel yapısı, merkezde bulunması gereken kaynak ve ekipmanlar, merkezde çalışacak personelin niteliği, kariyer merkezi tarafından sunulabilecek hizmetler, bu hizmetlerin planlanması, sunulması, değerlendirilmesi ve raporlaştırılmasında dikkat edilmesi gereken hususlar, merkezin işbirliği yapması gereken iç ve dış paydaşları, merkezin öğrenciler tarafından daha iyi tanınması için kullanılabilecek araç ve yöntemler ile finansal konular üzerinde durulacaktır.

4.2.1 Merkezin Vizyon, Misyon ve Değerleri

Her kurum ve kuruluşun olduğu gibi Üniversite Kariyer Merkezlerinin de vizyonu, misyonu ve benimsemiş olduğu bazı değerleri olmalıdır.

Vizyon ve misyon terimleri zaman zaman bir birinin yerine kullanılmakla birlikte aralarında fark vardır. Vizyon bir kurumun ***gelecekte*** ulaşmak istediği yeri, başarmak istediği nihai hedefi gösterirken; misyonda söz konusu kurumun ***bugün*** neler başarmayı istediği önemlidir. Bu nedenledir ki vizyon ifadelerinde bir kurumun gelecekte başarmayı hedeflediği ifadelere; misyonda ise bugün neler başarmayı istediğine ilişkin ifadelere yer verilir. Özetle vizyon geleceğe, misyon ise bugüne odaklıdır. Örneğin bir kariyer merkezinin kendisini 5 yıl, hatta 10 yıl sonra nerede gördüğü, neleri başarmayı hedeflediği o kariyer merkezinin vizyonuna işaret ederken; bir anlamda kariyer merkezinin varoluş nedenini ifade eden misyonda, merkez olarak bugün ne yaptığımız, kimlere ne tür ve nasıl hizmet sunduğumuzu ortaya koyan ifadelere yer verilir.

Kuşkusuz bir kurumun hem vizyonunu hem de misyonunu belirlemesi önemlidir. Ayrıca merkezin sunacağı hizmetler ve başarmayı öngördüğü hedefler kurumun vizyonu ve misyonu ile ilişkili olmak durumundadır. Vizyon ve misyon ifadelerinin çok uzun ve ayrıntılı olması gerekmez, kısa ve öz olması yeterlidir. Bazı kariyer merkezleri vizyon ve misyonlarını paragraflar halinde yazıya dökerken, bazı merkezler bunu maddeler halinde yazmayı tercih edebilmektedirler. Kurumun vizyon ve misyonunun okuyucular tarafından kolay anlaşılması bakımından maddeler halinde yazılmasında yarar vardır.

4.2.1.1 Vizyon İfadelerine Örnekler

Aşağıda sunulan vizyon ve misyon ifadeleri üniversite kariyer merkezlerine örnek verilebilir. Her kariyer merkezi bu örneklerden yola çıkarak kendi imkanlarını ve hedef kitlesinin

ihtiyaçlarını dikkate alarak kendi vizyonu ve misyonunu belirlemelidir. Kariyer merkezlerinin vizyon ve misyonlarını belirlemelerine yardımcı olabilecek örnek ifadeler aşağıda sunulmuştur.

- Kariyer merkezimizin vizyonu, bütün öğrencilerimizi geleceğe hazırlayarak, ileride anlamlı bir kariyer ve hayat sürdürmeleri için güçlendirmektir.
- Kariyer merkezimizin vizyonu, öğrencilerimizin aldıkları eğitimlerin kendi kariyer gelişimlerine olan katkılarını görmelerine yardımcı olmak, yaşam deneyimlerini zenginleştirmek, böylece onları kariyer hedeflerine ulaşmalarını ve topluma olumlu katkıda bulunmalarını sağlayacak şekilde yetiştirmektir.
- Kariyer merkezimizin vizyonu, önde gelen bir kariyer merkezi modelini hayata geçirerek, kapsamlı ve yenilikçi kariyer ve istihdam hizmetlerini tasarlayıp sunmaktır.
- Kariyer merkezimizin vizyonu, öğrencilerimizin kariyerlerini ve yaşamlarını proaktif olarak tasarlamalarına, yaşamları boyunca anlamlı fırsatlarla uyum içinde olmalarına yardımcı olacak şekilde güçlendirmektir.

4.2.1.2 Misyon İfadelerine Örnekler

Üniversite kariyer merkezlerine dönük örnek misyon ifadeleri ise aşağıda sunulmaktadır:

Örnek - 1

- Kariyer Merkezimizin Misyonu şunlardır:
    - ✓ Akademik disiplini ne olursa olsun tüm öğrencilerimizi güçlendirerek, kariyer hedeflerini gerçekleştirmelerine yardım etmek,
    - ✓ Yeteneklerini keşfetmelerine olanak sağlayarak, bu niteliklerini iş hayatında kullanmalarına olanak sağlamak,
    - ✓ Kendi kariyerlerine aktif bir biçimde hazırlanmalarına yardımcı olmak,
    - ✓ Tüm öğrencilerimizi bireysel kariyer ihtiyaçlarını gidermeleri için oluşturulmuş olan destek ağlarına katılmaya teşvik etmek,
    - ✓ Paydaşlarla da işbirliği yaparak, öğrencilerimizin kendilerini keşfetme ve kişisel gelişim yolculuklarında onlara destek olmak.

Örnek - 2

- Kariyer Merkezimizin Misyonu;
    - ✓ Öğrencilerimizin kariyer seçeneklerini keşfetmelerine destek olmak,

- ✓ Öğrencilerin kariyer yönetim becerilerini geliştirerek istihdam edilebilirliklerini arttırmak,
- ✓ Kariyer merkezimizi herkesin kolayca erişebileceği, öğrenci merkezli bir yardım ortamına dönüştürmek,
- ✓ Deneyimli uzmanlarımız tarafından sunulan hizmetlerle kariyer gelişimlerini arttıran öğrencilerimizin edindikleri deneyimleri üniversite hayatlarına entegre etmelerini sağlamak,
- ✓ Başta öğrenciler olmak üzere, öğretim elemanları, idari personel ve diğer paydaşların kariyer bilinci geliştirmelerine destek olmak,
- ✓ Öğrencilere farklı iş arama yöntemleri, etkili CV yazma ve mülakatta başarılı olmanın yollarını öğretmek,
- ✓ Üniversite içinde veya dışında gerçekleşen kariyer etkinlikleri öğrencilere duyurmak,
- ✓ Öğrenciler, öğretim elemanları, idari personel ile mezunların destek ağını geliştirmek,
- ✓ Öğrencilerin yerel, ulusal ve uluslararası işverenlerle irtibatını güçlendirmek.

Örnek - 3

- Kariyer Merkezimizin misyonu;
  - ✓ Öğrencilere dönük kapsamlı kariyer hizmetlerini sunmak,
  - ✓ Kariyer merkezinde çalışan personeli eğitmek,
  - ✓ Yaşam / kariyer gelişimi konularında araştırmalar yapmak,
  - ✓ Yaşam / kariyer hizmetleri konusundaki gelişmeleri üniversitemiz öğrencileri ve ilgili personele duyurmaktır.

Örnek - 4

- Kariyer Merkezimizin misyonu;
  - ✓ Öğrenciler ve üniversitenin diğer paydaşları için etkili, işbirliğine dayalı kariyer hizmetlerini sunmak,
  - ✓ Öğrencilerin kariyer gelişimine destek olmak amacıyla ihtiyaç duyulan konularda araştırmalar yapmak, eğitim ve seminerler düzenlemek.

Örnek – 5

- Üniversite kariyer Merkezimizin misyonu, önlisans, lisans ve lisansüstü öğrenciler ile mezunların kariyer gelişimleri için onları eğitmek ve güçlendirmektir. Bu çerçevede;
    - ✓ Kendilerini tanımalarına ve işgücü piyasasındaki meslek, iş ve ileri eğitim olanaklarını keşfederek kendi kişisel kariyer hedeflerini belirleyebilmelerine yardım etmek,
    - ✓ Kariyer tecrübesi edinmeleri için uygun fırsatlar sağlamak,
    - ✓ İş arama konusunda yardımcı olmak,
    - ✓ İş hayatına geçiş yapmalarını kolaylaştırıcı hizmetler sunmak,
    - ✓ İşverenlerle ortaklıklar geliştirmek ve mevcut işbirliğini güçlendirmek,
    - ✓ Lisansüstü eğitim hedefleyen öğrencilere danışmanlık yapmak.

Örnek – 6

- Kariyer merkezimizin misyonu, öğrencilerimizin kariyer yolculuğunda ihtiyaç duyacakları deneyimleri kazanmalarına, kendilerini tanımalarına ve kariyer bilgilerini keşfetmelerine olanak sağlayarak yaşam boyu kariyer gelişimlerine katkıda bulunmaktır.

Örnek – 7

- Kariyer merkezimizin misyonu, öğrencilerimizin kendi kariyerleri ve yaşamları için kendilerine özgü bir vizyon geliştirmelerine ve bu vizyonu gerçekleştirmelerine yardım etmektir.

4.2.1.3 Kariyer Merkezinin Değerleri

Her kariyer merkezi, yukarıda örnekleri verilen misyon hedeflerine ulaşma sürecinde sahip olması gereken değerleri belirlemeli ve faaliyetlerini sürdürürken bu değerlere sadık kalmaya özen göstermelidir. Bu değerlere aşağıdakiler örnek verilebilir.

Öğrenci Merkezli Yaklaşım:

Kariyer merkezi olarak öğrencilerin kariyer gelişimlerine destek olurken en önemsediğimiz husus öğrencilerin menfaatini düşünmektir.

İyimserlik:

Çalışmalarımız yürütürken iyimseriz, her bireyin kendini gerçekleştirme kapasitesine sahip olduğuna inanıyoruz, hizmetlerimizde yeniliklere açığız.

Sürekli Öğrenme:

Öğrencilerimizi dünyadaki hızlı değişimlere uyum sağlayacak biçimde yetiştirirken, kendimizin de sürekli öğrenmemiz gerektiğini düşünüyoruz. Öğrencilerimize en iyi hizmeti sunabilmek için farklı yaklaşımları araştırıyor, eleştirel bakış açısıyla stratejik düşünmeyi önemsiyoruz. Bu süreçte bir yandan geçmiş tecrübelerden, bir yandan da bugünün verilerinden yararlanmayı prensip edindik. Çalışmalarımızı yürütürken en etkili sonuç alabilmek için kendi tecrübelerimizin sınırlarını göz önünde bulunduruyor, farklı yaklaşım ve bakış açılarını önemsiyoruz.

Farklılıkları Zenginlik Olarak Görmek:

Ekibimizde yer alan her bir çalışma arkadaşımızın kendine özgü farklı kimliği ve yaşam tecrübesinin olmasının takım olarak bizi zenginleştirdiğini ve bize farklı bakış açıları kazandırdığını düşünüyoruz. Bireysel olarak kendi tecrübelerimizin sınırlarını göz önünde tutarak farklı perspektifleri değerli buluyor ve teşvik ediyoruz.

Takım Çalışması:

Merkez personeli olarak birbirimize değer veriyor ve saygı duyuyoruz. Öğrencilerimizin gelecekte anlamlı bir kariyer ve yaşam sürdürmeleri için onları güçlendirmeyi hedefliyoruz. Bu süreçte elimizden gelenin en iyisini yapmak için çaba sarf ediyoruz, takım olarak birbirimizi motive ediyor ve destekliyoruz.

Liderlik:

Kariyer merkezi olarak belirlediğimiz misyonu gerçekleştirmek için liderlik becerilerimizi geliştirmeye önem veriyoruz. Bu süreçte bilinçli, planlı ve stratejik çalışmaya önem veriyoruz. Gerektiğinde inisiyatif alıyor, zorluklar karşısında ısrar ediyor, iddialı, gerçekçi ve ölçülebilir sonuçlar elde etmek için sorumluluk alıyoruz.

4.2.2 Organizasyon Şeması

Her birim, kurum ve kuruluşun bir organizasyon şeması olduğu gibi, kariyer merkezlerinin de işlevsel bir örgüt şemasına dayalı kurulması ve faaliyet göstermesi esastır. Kariyer merkezlerinin nasıl bir örgüt yapısına sahip olması gerekir? Bu soruya verilecek cevap, üniversitelerde kariyer merkezlerinin nasıl örgütlenmesi gerektiği konusuna açıklık getirecektir.

Örgüt yapısı, bir örgütteki pozisyonların, pozisyonlar arasındaki otorite ve sorumluluk ilişkilerinin düzenlenmesi anlamına gelir (Riggio, 2014). Örgütlerde belirli pozisyonlar ve bu pozisyonlarda bulunan kişilerden beklenen davranışlar (roller) ve üstlenmeleri gereken sorumluluklar vardır. Bir örgütün yapısı, örgütteki bu pozisyonlar, roller ve sorumluluklar arasındaki karşılıklı ilişkiler tarafından belirlenir.

İki farklı örgüt yapısından söz edilebilir: Geleneksel örgüt yapısı ve geleneksel olmayan örgüt yapısı. Geleneksel örgütlerde üyelerin rolleri formal olarak tanımlanmıştır, çok fazla kural yönelimlidir, durağandır ve değişime dirençlidir. Çalışma yaşamındaki davranışların çoğu, örgütsel ilkelere ve standartlara göre düzenlenir ve bu ilke ve standartlar içinde tutulur. Geleneksel örgüt yapılarına bazen mekanik veya bürokratik örgüt de denmektedir. Geleneksel olmayan örgüt yapıları ise daha az formal iş rolleri ve prosedürleri içerir. Dolayısıyla da geleneksel örgüt yapısının katı statü hiyerarşisinden farklı olarak, çok daha esnek ve uyarlanabilir olma eğilimindedir. Geleneksel olmayan yapıdaki örgütler daha az sayıda personele sahiptirler ve çoğunlukla da daha büyük ve daha geleneksel bir örgütün bir alt birimi olarak ortaya çıkarlar. Özetle belirtmek gerekirse, geleneksel olmayan örgütlerin dört önemli özelliği vardır (Riggio, 2014):

a) Yüksek esneklik ve uyum sağlayabilirlik,

b) Çalışanlar arasındaki işbirliği,

c) Örgütsel statüye daha az vurgu,

d) Grup olarak karar verme.

Yukarıdaki açıklamalar dikkate alındığında, kariyer merkezlerinin yapısının, üniversite gibi çok büyük ve geleneksel yapıdaki bir örgütün bir alt birimi olarak geleneksel olmayan bir yapıya sahip olması gerektiği anlaşılmaktadır.

Garis vd.'nin (2012), kariyer merkezlerinin üniversitenin '*idari birimlerinden biri'* olduğuna ilişkin vurguları modelleme bakımından son derece önemlidir. Açıkçası, modelde yer verilen hizmetlerin planlanması, gerçekleştirilmesi ve etki değerlendirmesi '*asli'* bir iştir. Dolayısıyla ders verme yükümlülüğü, tez danışmanlıkları ve diğer akademik – yönetsel görevler ile iş yükü yeterince ağır olan üniversite öğretim üyelerinin tam zamanlı olarak merkeze hizmet etmesi

mümkün değildir. O nedenle, bu işlevleri yerine getirebilecek eğitim ve deneyim donanımına sahip, istekli ve yaratıcı profesyonel meslek mensuplarına sürecin devredilmesi şarttır. Önceki bölümlerde de vurgulandığı gibi, yurt dışındaki üniversite kariyer merkezlerinde akademisyenler sadece 'danışman' ve 'lider' rolü üstlenmekte; işlerin takibini sağlamaktadırlar. Kariyer rehberliği hizmetleri için tam zamanlı olarak ofiste bulunabilecek profesyonel personele ihtiyaç olduğu açıktır. Bu bağlamda merkezin organizasyon şeması dört bileşenli olarak tasarlanmıştır:

1. Akademisyenlerden oluşan yöneticiler
2. Danışma kurulu
3. Yönetim Kurulu
4. Fakülte ve MYO bünyesindeki birim koordinatörleri

Karar alma ve uygulama bakımından esnek ve hızlı olabilmek için bir Rektör yardımcıyla yakın temas içerisinde olmak işlevsel olarak değerlendirilmektedir. Bilindiği gibi devlet üniversitelerinde bürokratik süreçler oldukça kapsamlıdır ve zaman alır. O nedenle Merkez müdürünün doğrudan bir üst yönetim üyesiyle yakın irtibatta olması pek çok açıdan faydalı olacaktır.

Bu genel yapının yanı sıra, merkez iç örgütlenmesi de kritik bir husustur. Hizmet birimi olarak düşünüldüğünden personel niteliğinin gereksinimleri karşılayacak boyutta olması beklenmektedir. Açıkçası Kariyer Merkezi, sadece "memuriyet" becerisinin yeterli olabileceği bir birim değildir. Sekretarya işleri dışında, hizmete özgü uzmanlık sahibi çalışanların istihdamı elzemdir. Kretovics vd., (1998) üniversite kariyer merkezlerinde hizmetlere yönelik tarihsel olarak üç temel modelin izlendiğini hatırlatmaktadırlar:

1. İşe Yerleştirme Modeli
2. Kariyer Planlama Modeli
3. Ağ Modeli

Parsons'un geliştirdiği İşe Yerleştirme Modeline göre, 1940-1950 yılları arasında ve sonrasında etkin biçimde kullanılan bu modelde, merkez personelinin mesleki rehberlik eğitimi almış, öğrencilerin işe yerleşmesinde danışmanlık yapabilecek uzmanlardan oluşması gerekmektedir (Akt.; Zunker, 1998: 10). 1960'larda öğrencilerin üniversiteye ilgisinin azalmaya başlamasıyla üniversitelerin öğrencilerin gelişimiyle ilgilenmesi ön plana çıkmış, klasik yaklaşım yerini "kariyer planlama modeli"ne bırakmıştır (Kretovics vd., 1999). Kariyer planlama modelinde üniversiteler öğrencilerinin kariyerlerine yön veren danışmanlık etkinlikleri üzerine

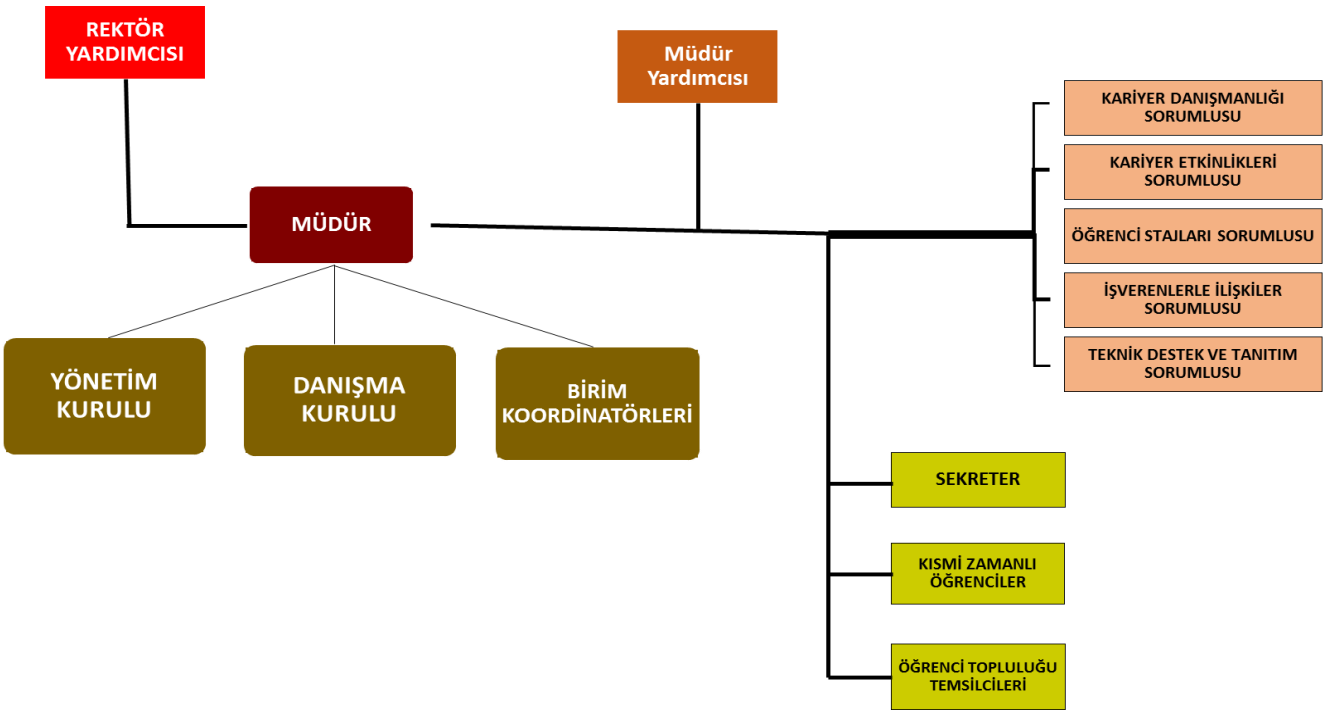
yoğunlaşmışlardır. Bu modelde akademisyenler, öğrencileri gelecek vaat eden işlere göre yetiştiren bilim insanları, danışmanlar ise kariyer hedeflerine ulaşmalarına yardım eden uzmanlar olarak görülmüştür. Öğrencilikten mesleğe geçiş sürecinde sponsor üniversite anlayışı aynı zamanda kariyer hizmetinde bir değişime de işaret etmektedir. Bu modelde öğrencilerin adeta profesyonel bir öğrenci gibi algılandığı, sadece belirli bir üniversiteye kayıt olmaya gereksinim duyduğu, fakülte akıl hocalarının (mentorlar) da onların gelecekteki istihdamını planladığı anlaşılmaktadır. Açıkça görülüyor ki bu modelde de "işe yerleştirme" gibi somut bir sonuçla karşılaşılmaktadır (Herr vd., 1993). Planlama modelinde öğrencinin "kendini keşfetmesi" ve "kendini değerlendirmesi" planlama sürecinin önemli kısmını oluşturmaktadır. Öğrencinin akademik yaşamı boyunca amaç belirlemesi, ilerlemesi ve bu amacını gerçekleştirmek için eylem planı yapması ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu durumda işe yerleşme konusu, kariyer geliştirme sürecinin nihai sonucu olarak görülmeye başlanmıştır (Herr vd. 1993). Zaman içinde bu anlayış, işyerlerinin ve çalışma yaşamının değişmesi sonucu terk edilmeye başlanmış, üniversitenin sponsorluğu, yerini öğrencilerin iş arama ve işe yerleşmede daha aktif rol üstlenmelerine, iş fırsatlarına kendi çabalarıyla erişmelerine bırakmıştır. Bu değişim "Ağ modeli"ne geçişle sonuçlanmıştır. Ağ modeli dönemi, kariyer danışmanlarının diğer paydaşlarla eşgüdüm içinde olmasını öngörmektedir. Bu modelleme yerleşkede yer alan kuruluşların, dış paydaşların, işverenlerin ve fakülte birimlerinin çabalarını ortak amaçlar doğrultusunda harekete geçiren, hareketli ve taşınabilir kılan bir sinerjinin ortaya çıkışı ve tarafların bu konuda eşgüdüm içinde hareket etmesi sayesinde gerçekleşmiştir (Casella, 1990).

Ağ modelini benimsemiş kariyer merkezleri geniş kütüphane kaynakları, internet ve çeşitli veri tabanlarına erişim sunan bilgisayar odaları ile öğrenci ve işverenlere karşılaşma olanakları sağlayan teknolojilerle donanmışlardır. Ağ modelinin gereksinim duyduğu koşullar öğrencilere olumlu etkide bulunmuş, kariyer geliştirme sürecinde öğrenciler çok daha aktif bir rol üstlenmek zorunda kalmışlardır. Sürece katılım, öğrencinin kendine güven duymasını ve yardım etmesini sağlayarak öğrenmeyi gerektirir. Bu modelde staj olgusu daha fazla ön plana çıkıp, kariyer fuarları düzenlenerek öğrenciler, mezunlar ve diğer potansiyel işverenlerin bir birlerini tanımalarına ve işbirliği yapmalarına fırsat tanınmıştır.

Türkiye'de üniversitelerin kaynak ve imkanlarının heterojen olduğu dikkate alındığında, imkanı olan üniversite kariyer merkezlerinin "Ağ Yaklaşımı" modelini temel almalarında yarar vardır. Çağın gerektirdiği kariyer hizmetlerinin "öğrenci odaklı" planlanması gerekir çünkü teknoloji okuryazarlığı yeni nesilde oldukça kuvvetlidir ve Kleeman'ın (2006) altını çizdiği gibi, bilgilendirme ve etkileşim gittikçe daha çok kişiye özel tasarlanmak durumundadır. Bunun anlamı, tek bir kişinin bu misyonu gerçekleştirebilmesinin imkansız olduğudur. Bilgi çağının

gereği olarak öğrenciler bilgiye hızla ve kolayca erişmeyi önemsemektedirler; üstelik bu bilginin doğru, doyurucu ve gerçekçi olmasını istemektedirler. Öğrenciler, pek çok hizmeti alabilecekleri 'tek bir pazarın" peşindedirler ve bir seferde tüm sorularına yanıt verilmesini, yönlendirilmelerini neredeyse "hak" olarak görmektedirler. O nedenle, Merkez çalışanları değişen iş dünyasına uyum sağlayabilmeleri için öğrencilere temel tutum ve becerileri kazandırma dışında, hem kendilerini hem de iş dünyasını tanıyabilmelerine yardım etmelidirler. Böylece öğrenciler iş yaşamındaki fırsatlardan haberdar olma ve rekabet edebilme şansına kavuşabilirler (Reitter, 2009). Buna göre, merkezde, kariyer danışmanlığı yapan, kariyer etkinlikleri düzenleyen, işverenlerle ilişkiler ve stajları takip eden personele ihtiyaç vardır. Ağ modeli, işverenlerle kurulacak sosyal ağların ve iletişim zeminlerinin önemini vurgular. Bu durumda merkez personeli de uzmanlaşarak, çağın gerekliliklerini karşılayan hizmeti sunma beklentisini karşılamak durumundadır. Bu ağlar, personel açısından da çok işlevseldir çünkü artık iş yaşamı önceden belirlenmiş doğrusal kariyer ilerlemesi fikrini reddetmektedir. Sürekli değişen kariyer yolları ve planları göz önüne alınmalıdır (Collin ve Young, 2000). Deneyimsel öğrenme (staj) uygulamalarına hem öğrencilerden hem de işverenlerden gelen yoğun ilgi, en az bir merkez personelinin işverenlerle ilişkilere ve staj talebi-arzı düzenleme iş paketine odaklanması gerektiğine dikkat çekmektedir. Öte yandan, daha önce de değinildiği gibi, teknolojik gelişmeler, geleneksel kariyer hizmetlerinin çevrimiçi sunulmasını gündeme getirmiştir. O halde, merkez çalışanlarının bilgi iletişim teknolojilerine aşina olması gerekir. Ancak belki de bir kariyer merkezinin dışarıya açılan en mühim kapısı olan web sayfası tasarımı özel bir önemi hak etmektedir. İçerik tasarımı, güncelleme, on-line randevu verme, e-posta takibi, işverenlerden gelen duyurular, etkinlik haberleri, açık işler, staj fırsatları gibi acilen öğrenciye iletilmesi uygun olacak bileşenlerin takibi için sadece bu konuyla ilgilenecek teknik bir elemana da merkez içerisinde yer vermek önemlidir. Aynı kişi, twitter, Linkeldn gibi sosyal medya hesaplarının takip ve paylaşımlarını da üstlenmelidir.

Şekil 18 Önerilen Merkez için Organizasyon şemasını özetlemektedir. Şekilden de izlenebileceği gibi hem üniversite bağlamındaki konum hem de birim için yapılanma şemada ele alınmaktadır. Açıkçası, kısmi zamanlı öğrenciler de önemli bir personel desteği olarak düşünülmektedir. Bu öğrenciler, hem eğitim aldıkları alanlardan merkeze güncel bilgi taşıyabilir hem de akranlarının gereksinimlerine ilişkin bilgi paylaşımı sağlayabilirler. Ayrıca öğrenci toplulukları gibi bu öğrenciler de hedef kitleye erişimde merkezin işini kolaylaştırma potansiyeline sahiptirler.



Şekil 18. Kariyer merkezi organizasyon şeması

4.2.3 Merkezin Yeri ve Fiziksel Yapısı

Bir kariyer merkezinin öğrencilere yönelik hizmetlerini çok büyük oranda kendi mekanında sunacağı dikkate alındığında, merkezin lokasyonu, yani kampüsün neresinde olduğu, konumu, oda sayısı ve fiziksel yapısı son derece önemlidir. Aşağıda kariyer merkezi açma aşamasında olan üniversitelere yardımcı olacak açıklamalara yer verilecektir.

4.2.3.1 Merkezin Yeri

Üniversitede bir kariyer merkezi oluşturma kararı verildiğinde, merkezin yerinin belirlenmesi son derece önemlidir. Uygun bir yere karar verme sürecinde aşağıdaki hususların dikkate alınmasında yarar vardır.

- ***Öğrencilerin Kolaylıkla Ulaşabilecekleri Bir Yerde Olması***: Kariyer merkezinin yerinin belirlenmesinde en önemli kriter kullanıcı kitledir. Üniversite kariyer merkezinin öğrencilerin kolay ulaşabileceği, merkezi ve görünür bir yerde konumlanması son derece önemlidir. Türkiye'de mevcut üniversite kariyer merkezlerinin yeri incelendiğinde, bazı merkezlerin Rektörlük makamının olduğu binada hatta aynı katta olduğu, dolayısıyla öğrencilerin rahatlıkla girip çıkamadıkları görülmektedir. Oysa kariyer merkezlerinin öğrencilerin gitmeye çekinecekleri binalardan ziyade, günlük yaşamlarında sıkça kullandıkları sosyal etkinlik alanlarının olduğu bir çevrede, kolay ulaşılabilir bir yerde olması gerekir. Hatta imkan varsa engelli bireyler düşünülerek binanın giriş katında olmasında da yarar vardır.
- ***Gürültülü Ortamlardan Uzak Olması:*** Kariyer merkezine gelen öğrencilerin bireysel kariyer danışmanlığı alma, test doldurma veya eğitim alma süreçlerinin verimli olması için merkezin gürültüden uzak yerde olmasında yarar vardır. Yüksek gürültülü ortamlara yakın konumlanan merkezler öğrencilerin başvuru eğilimini ketleyebilir. Üstelik bu merkez çalışanlarının performansını da düşürebilir. Ofisin ışık alması, gürültüden uzak olması, yeterince ısınması gibi hususlar da hizmet kalitesi üzerinde etkili olabilmektedir.
- ***Otoparklara Yakın Olması:*** Günümüzde bir kuruma gitmeyi cazip hale getiren faktörlerden biri de araçla gidildiğinde park edilebilecek bir yerin olmasıdır. Son yıllarda Türkiye'de araç sayısının arttığı dikkate alındığında, özellikle de üniversitenin farklı ve uzak bir kampüsünden gelen öğrencilerin araçlarını kolayca park edebilecekleri bir yerin bulunması kariyer merkezine gelmeyi kolaylaştırıcı bir faktördür.
- ***Merkezin Büyüklüğü ve Odaları:*** Kariyer merkezinin büyüklüğü üniversitenin fiziki imkanları, sunmayı hedeflediği hizmetlerin niteliği ve niceliğine ek olarak personel

sayısı ile de ilişkilidir. İdeal bir üniversite kariyer merkezinde bekleme odası, yönetici odası, bir veya iki bireysel görüşme odası, bir test uygulama odası, grup rehberliği, çalıştay veya eğitim hizmetlerinde kullanılacak yaklaşık 15-20 kişinin sığabileceği bir toplantı odası bulunmalıdır. Merkez bir bütün olarak düşünüldüğünde yaklaşık 100-150 m^2 genişliğinde bir mekana ihtiyaç vardır. Örneğin Ankara Üniversitesi Kariyer Merkezinde 1 bekleme holü, bir resepsiyon odası, bir görüşme odası, kısmı zamanlı öğrenciler için bir oda, 15 kişilik bir toplantı/eğitim odası ve 1 yönetici ofisi bulunmaktadır. Bilkent üniversitesi kariyer merkezinde bir giriş holü (bekleme odası), iki yönetici odası, bir uzman odası ve bir toplantı odası bulunmaktadır. ABD New Mexico Üniversitesi kariyer merkezinde kariyer kaynak odası, kariyer planlama koordinatörü ofisi, bilgisayar odası, yerleştirme koordinatörü ofisi, iş fırsatları panosu, kariyer merkezi resepsiyon bölümü bulunmaktadır. Bu proje kapsamında ziyaret edilen Zürih üniversitesi kariyer merkezinde bir giriş holü (bekleme salonu), bir yönetici odası, iki görüşme odası, 30 kişilik bir toplantı/eğitim odası, bir mutfak ve bir WC/duş alanı vardır. Türkiye'deki bazı üniversite kariyer merkezlerinin sadece bir odadan ibaret olduğu, hatta bazı üniversitelerde büyükçe bir odada birden çok merkezin kendilerine tahsis edilen masalarda yan yana hizmet sundukları görülmüştür. Bu durum genellikle mekan tahsis etme yetkisi olan üniversite yöneticilerinin kariyer merkezinin işlevleri ve nasıl bir mekana sahip olması gerektiği konusunda yeterli bilgiye sahibi olmamalarıyla ilişkili görünmektedir. Bu nedenle ilk defa bir kariyer merkezi kurulacak bir üniversitede karar verici yöneticilere iyi bir kariyer merkezinin nasıl bir mekana sahip olması gerektiğinin anlatılmasında yarar vardır. Başlangıçta merkez için küçük bir mekan tahsis edilmiş olsa bile, merkezin ileride genişleyerek daha büyük bir mekana ihtiyaç duyulacağı dikkate alınarak, genişlemeye uygun bir yerde konuşlanması önemlidir. Sadece bir odadan ibaret merkezlerde öğrencilerle yapılacak bireysel görüşmelerde mahremiyet ilkesinin sağlanamayacağı, bu nedenle nitelikli hizmetin sunulamayacağı açıktır. Bu nedenle kariyer merkezlerinde özellikle bireysel görüşme odasının bulunması son derece önemlidir.

- ***Psikolojik Danışma Merkezine Yakınlık:*** Üniversite kariyer merkezine başvuran öğrencilerin bir bölümünün kariyer sorunlarına ek olarak psikolojik sorunları; benzer şekilde psikolojik danışma merkezine başvuran öğrencilerin bir bölümünün de kariyer sorunları olabileceği dikkate alındığında, bu iki merkezin danışanları bir birlerine yönlendirmeleri gerekebilir. Bu iki merkezin koordineli çalışabilmesi için kariyer merkezinin psikolojik danışma merkezine yakın olmasında yarar vardır.

- ***Engelli Bireylerin Erişimine Uygun Olması:*** Kariyer merkezinin sadece engelsiz bireylerin erişimine açık olması değil, aynı zamanda engelli bireylerin erişimine de müsait olması gerekir. Farklı engel türleri dikkate alınarak üniversitenin imkanları dahilinde aşağıdaki hususların dikkate alınmasında yarar vardır:
    - ✓ ***Bedensel Engelliler:*** Bedensel engelli bireylerin merkezin yer aldığı binanın girişine rahatça ulaşabilmeleri önemlidir. Ayrıca, tekerlekli sandalye kullanan engelli bireylerin üst katlara çıkabilmesi için asansör veya rampaların olmasına, tekerlekli sandalye kullanan bedensel engelli bireyler için toplantı odasında yeterli yerin bulunmasına, priz, elektrik düğmeleri ve klozet sifonunun uygun yükseklikte olmasına dikkat edilmelidir.
    - ✓ ***Görme Engelliler:*** Az gören öğrenciler için ortamın yeterli düzeyde ışıklandırılması, engel olabilecek nesnelerin ortamdan kaldırılması, kariyer merkezine asansörle çıkılabiliyorsa asansör numaralarının braile alfabesi veya kabartma olarak yazılması önerilebilir.

4.2.3.2 Ofis Tasarımı

Kariyer merkezinde yer alan odaların tefrişatında renkli oturma alanları, afişler, panolar kullanılması da bir diğer önemli husustur. Öğrenci merkeze geldiğinde kendini rahat hissedebilmelidir. Bazı ufak ikramlar da merkezi öğrenciler için cazip kılabilir. Sıcak, sempatik ortamlar danışanların psikolojik açıdan kendilerini özgür ve güvende hissetmelerini, dolayısıyla verilen hizmetlerden optimum fayda elde etmelerini sağlayabilir.

4.2.4 Kaynak ve Ekipmanlar

4.2.4.1 Temel Donanımlar

Donanım merkezin amacına, bütçesine ve hedef kitlesine göre değişebilmekle beraber her kariyer merkezinde aşağıdaki malzemelerin bulunması beklenir:

- ✓ Bilgisayar
- ✓ Yazıcı
- ✓ Fotokopi makinesi
- ✓ Projeksiyon
- ✓ Tarayıcı
- ✓ Bilgisayar masaları
- ✓ İnternet bağlantısı
- ✓ Telefon
- ✓ Bülten panoları
- ✓ Ergonomik masa ve sandalyeler
- ✓ Kitap rafları
- ✓ Dosya dolabı
- ✓ İlan/duyuru panosu

4.2.4.2 Kaynak ve Materyaller

Kariyer kaynaklarının belirlenmesi karmaşık bir süreçtir. Bu süreç çoğunlukla kaynaklara, eldeki olanaklara göre şekillenir. Bu yüzden farklı merkezlerde kullanılacak kaynaklar farklılaşabilir.

Kariyer merkezlerinin çalışanlarının öğrencilerin kariyer planlaması yapmalarına yardım ederken ihtiyaç duyacakları aşağıdaki temel bilgilere sahip olmaları beklenir:

1. ***Meslek ve İşgücü Piyasası Bilgileri:*** Her öğrenci kendisi için en uygun kariyer kararı verme ve en gerçekçi bir kariyer planlaması yapma sürecinde doğru ve güncel bilgilere ihtiyaç duyar. Kariyer ve iş gücü piyasasına ilişkin bilgiler “nereye gidiyorum” sorusuna cevap verir.

   Mesleki bilgiler bireylerin iş görevlerini ve iş çevresini anlamalarına yardım eder. İşgücü piyasasına ilişkin bilgiler ise temelde piyasaya ilişkin bilgileri içerir. Çalışanlar, işler,

endüstriler ve işverenlerle ilgili bilgileri içerir. İstihdama ilişkin ekonomik ve demografik verileri içerir.

Meslek ve işgücü piyasası bilgileri danışanın mesleklere ve işlere ilişkin farkındalık düzeyini arttırmasına, kariyer danışmanından ne tür hizmet alması gerektiğini belirlemesine, lisansüstü eğitim yapmak isteyip istemediğine, sertifika eğitimlerine ihtiyaç duyup duymadığını belirlemesine yardım eder.

Mesleklere ilişkin bilgiler şunları kapsamalıdır:

- ✓ İşin doğası ve işin icrasında yapılması beklenen görevler
- ✓ İşe giriş koşulları
- ✓ Çalışma ortamı ve şartları
- ✓ İşte ilerleme imkânları
- ✓ Kazanç ve getiriler
- ✓ İstihdam geleceği
- ✓ Özel gereksinimler ve dikkat edilecek hususlar
- ✓ Deneyim ve araştırma olanakları
- ✓ İlişkili işler
- ✓ Ek bilgiler için kaynaklar

İŞKUR'un Türk Meslekler Sözlüğü ve web sitesinde mesleklere ilişkin bilgilere ulaşmak mümkündür (https://esube.iskur.gov.tr/Meslek/meslek.aspx). İş ve meslek bilgilerine yazılı veya internet kaynaklarından ulaşmanın yanında öğrenciler, öğretim üyeleriyle görüşerek, mesleği fiilen icra eden meslek mensuplarıyla mülakat yaparak, işyerlerini ziyaret ederek veya bir meslek mensubunu bir gün boyunca gölge gibi izleyerek (job shadowing) de söz konusu meslek veya iş hakkında bilgi sahibi olabilirler.

ABD istihdam ofisinin "Occupational Outlook Handbook", "Occupational Outlook Quarterly", "Dictionary of Occupational Titles" ve "Guide for Occupational Exploration" adlı internet kaynakları meslekler ve açık işler hakkında çok ayrıntılı, kapsamlı, güncel ve doğru bilgiler sunmaktadır. Benzeri şekilde İŞKUR'un da meslekler ve açık işler hakkında bilgiler sunan kaynaklarını geliştirmesi ve güncellemesi beklenir.

2. ***Eğitim Bilgileri:*** Üniversiteler, lisansüstü eğitim programları, sertifika eğitimleri, yatay-dikey geçiş prosedürleri ve staj bilgileri bu kapsamdaki bilgilerdir.

3. ***Bireyi Tanımada Kullanılan Test ve Envanterler:*** Kariyer merkezinde yürütülen kariyer danışmanlığı hizmetlerinde bireyi tanıma amacıyla kullanılan geçerli ve güvenilir ölçme araçlarıdır. Bunlar arasında yetenek testleri, ilgi envanterleri, kişilik envanterleri ve meslek değerleri envanterleri sayılabilir. İmkanlar ölçüsünde üniversite kariyer merkezlerinin kendi test ve envanterlerini geliştirmesi veya başka birey ya da kurumlar tarafından geliştirilmiş olanların kullanım izinlerini alması beklenir. Üniversite öğrencilerine yönelik geliştirilen ve Ankara Üniversitesi Kariyer Merkezinde kullanılan "Kariyer Öz-Değerlendirme Envanteri" (KÖDE) bu ölçme araçlarına örnek verilebilir.
4. ***İş Arama ve İstihdam Materyalleri:*** İş arama yöntemleri, etkili CV yazma, iş mülakatlarında başarılı olmanın yolları vb. konulardaki materyallerdir. Bu materyalin kariyer merkezinin web sitesinde olması, ayrıca sadece yazılı değil, kliplerle de zenginleştirilmesinde yarar vardır. Örneğin iş mülakatlarında doğru ve yanlış kıyafet seçimi, oturuş biçimi ve sorulara cevap verme şekillerini gösteren 3-5 dakikalık eğitici videolar öğrencilerin ilgilerini yazılı materyalden daha fazla çekmektedir.
5. ***Burs ve Ekonomik Yardım Bilgileri:*** Ekonomik olarak sıkıntı yaşayan öğrencilerin başvurabilecekleri burslar ile destek alabilecekleri ekonomik yardım kuruluşları hakkında bilgilerin yer aldığı dosyalardır.

4.2.4.3 Bireyi Tanımada Kullanılan Test ve Envanterlerin Dosyalama Prosedürleri

Bireyi tanımada kullanılan test ve envanter gibi ölçme araçları öğrencilerin ilgi, ihtiyaç, değer, yetenek ve beklentilerini anlamak ve bunları kariyer danışmanlığında etkin şekilde kullanmak açısından önemlidir. Değerlendirme sürecinde kullanılan araçlar test ve test dışı teknikleri diye ikiye ayrılır. Test teknikleri formal (yapılandırılmış) psikometrik araçlar iken, görüşme, portfolyo ve mesleklerle ilgili oyunlar informal tekniklerdir. Kariyer danışmanlığı hizmetlerinde hem test hem de test dışı tekniklerden yararlanılır (Bkz. Şekil 19).



Şekil 19. Kariyer danışmanlığında ölçme araçlarının türü

Kariyer danışmanlarının bireyi tanıma ve değerlendirme amacıyla test veya envanter kullanmadan önce ilgili ölçme araçlarıyla ilgili aşağıdaki hususları bilmeleri gerekir:

- ✓ Ölçme aracının geliştirilme amacı
- ✓ Testin bireysel veya grupla uygulanıp uygulanamayacağı
- ✓ Testin uygulanacağı grubun belirlenmesi (yaş, cinsiyet)
- ✓ Testin adı, yazarları ve telif haklarını elinde bulunduran kuruluş
- ✓ Yayın hakları ve tarihi
- ✓ Testin maliyeti
- ✓ Testin el kitabında belirtildiği şekliyle testin amacı ve önerilen kullanım biçimi
- ✓ Testin kimler için geliştirildiği (yaş, sınıf düzeyi vs.)
- ✓ Testin farklı formları (eş değer testler)
- ✓ Testin içeriği ve madde türleri
- ✓ Testi uygulama ve zaman gereksinimleri

- ✓ Puanlama süreçleri
- ✓ Testin normları ve niteliği
- ✓ Testin geçerlik ve güvenirlik sonuçları
- ✓ Uygulama, yorumlama ve teknik konularla ilgili bilgiler
- ✓ Diğer uzmanların söz konusu teste ilişkin görüş ve değerlendirmeleri.

Yukarıda sıralanan bilgilere ek olarak aşağıdaki hususların da göz önünde bulundurulmasında yarar vardır:

- *Personel uygulama için gerekli yeterliğe ve eğitime sahip mi?* İdeal olarak bir testi yorumlayabilmek için ilgili personelin hem lisans veya lisansüstü eğitiminin uygun olması hem de söz konusu testi uygulama, puanlama ve yorumlama konusunda eğitim alarak gerekli sertifikaya sahip olması gerekir. Bu nedenle yeterliği olmayan personelin test uygulamaması, test dışı tekniklerle bireyi tanımaya çalışması önerilir.
- *Testin telif hakları satın alınmış mı?*
- *Test maddelerinin dili potansiyel kullanıcılar için uygun mu?* Özellikle başka kültürlerde geliştirilmiş testlerin Türkçeye çevrilişinde sorunlar yaşandığı, maddelerin iyi anlaşılmadığı dikkate alındığında bu hususa dikkat etmekte yarar vardır.
- *Engelli bireyler için farklı formatı var mı?*
- *Testin süre sınırlaması var mı?*

4.2.4.4 Kariyer Danışmanlığında Kullanılabilecek Test ve Envanterler

- ☐ İlgi envanterleri
- ☐ Yetenek testleri
- ☐ Beceri envanterleri
- ☐ Meslek değerleri envanterleri
- ☐ Kişilik envanterleri
- ☐ Kariyer inancı ve düşüncesi envanterleri
- ☐ Mesleki olgunluk envanterleri

4.2.4.5 Kariyer Danışmanlarının Ölçme ve Değerlendirme Yeterlikleri

Türkiye'de Üniversite Kariyer Merkezlerinde kariyer danışmanlığı hizmeti sunan personelin kariyer danışmanlığına ilişkin diğer yeterliklerine ek olarak bireyi tanıma ve değerlendirme süreçlerine ilişkin yeterliklerinin de oldukça sınırlı olduğu gözlenmiştir. Oysa bir kariyer danışmanının bireyi tanıma ve değerlendirme konusunda yeterli olmaları beklenir. Amerikan Ulusal Kariyer Danışmanlığı Derneği – NCDA (2009) kariyer danışmanlarının bireysel ve grupla değerlendirme yeterliklerini belirlemiştir. Bu yeterlikler aşağıda sunulmuştur (NCDA, 2009).

1. Danışanın yetenek, başarı, ilgi, değer gibi kişisel özelliklerini değerlendirmek.
2. Danışanın boş zaman ilgilerini, öğrenme stilini, yaşam rollerini, benlik kavramını kariyer olgunluğunu, mesleki kimliğini, kariyer kararsızlıklarını, tercih ettiği iş çevresini (örneğin iş doyumu) ve diğer yaşam stili/gelişim konularını değerlendirmek.
3. İş ortamının koşullarını değerlendirmek (örneğin görevler, beklentiler, kurallar, fiziksel ve sosyal iş ortamının niteliği).
4. Danışanın cinsiyetine, cinsel yönelimine, ırkına, etnik yapısına ve fiziksel ruhsal durumuna uygun geçerli ve güvenilir ölçme araçlarını seçmek ve değerlendirmek.
5. Bilgisayar temelli ölçme ve değerlendirme araçlarını etkili ve uygun bir biçimde kullanmak.
6. Bireysel ve grup halinde yapılacak ölçme ve değerlendirme uygulamaları için uygun teknikleri seçmek.
7. Kariyerle ilgili ölçme ve değerlendirme araçlarını uygun bir biçimde uygulamak, puanlamak ve raporlamak.
8. Değerlendirme ölçeklerinden alınan bilgileri yorumlamak, sonuçları danışan ve diğer ilgililere ulaştırmak.
9. Danışanın ölçek sonuçlarını doğru anlamasına yardım etmek.
10. Değerlendirme sonuçları hakkında doğru rapor yazmak.

NCDA 2010 yılında yukarıda sunulan yeterlikleri revize etmiştir. Bu revizyon kapsamında 8 ayrı temel yeterlik ve bu yeterliklerin detayları olan 37 alt yeterlik belirlenmiştir. Sözü edilen 8 temel yeterlik şunlardır (NCDA, 2010):

1) Değerlendirme stratejilerini seçmeye yönelik yeterlikler,

2) En yaygın kullanılan ölçme araçlarını belirleme, ulaşma ve değerlendirmeye yönelik yeterlikler,

3) Ölçme araçlarını uygulama teknikleri ve puanlama yöntemlerine ilişkin yeterlikler,

4) Ölçme sonuçlarını yorumlama ve raporlamaya ilişkin yeterlikler,

5) Ölçme ve değerlendirme sonuçlarını karar verme süreçlerinde kullanmaya ilişkin yeterlikler,

6) Ölçme ve değerlendirme sonuçlarına ilişkin verileri üretme, yorumlama ve sunmaya ilişkin yeterlikler,

7) Ölçme ve değerlendirme uygulamalarında profesyonel sorumluluk üstlenmeye ilişkin yeterlikler.

8) Ölçme ve değerlendirme sonuçları ile diğer verileri kullanarak kariyer programlarını ve kariyer müdahalelerini değerlendirmeye ilişkin yeterlikler.

4.2.5 Personel

Üniversite kariyer merkezleri öğrencilerin kendi yetenek, ilgi, kişilik özellikleri, meslek değerleri ve tutumlarını tanımalarına yardım etme, kariyer ve istihdam eğilimleri hakkında kapsamlı veri sunma, kariyer bilgi ve becerilerini geliştirmelerine yardım etme, iş bulmalarını destekleyici eğitimler verme, firmalarla ilişkiler aracılığıyla istihdam fırsatlarını zenginleştirme için vardır. Ancak Sun ve Yen (2012), pek çok merkezde personelin ilgili alanlarda lisans diplomasına sahip olmamalarını faaliyet yetkinliği açısından ciddi bir sorun olarak tanımlamaktadırlar.

4.2.5.1 Personelin Niteliği

Merkez personelleri, meslekler ve işgücü piyasası hakkında kapsamlı bilgiye sahip olmalıdır. Bu nedenle üniversite kariyer merkezlerinde hem kariyer danışmanlığı hizmetlerini sunabilecek, hem işgücü piyasasını tanıyan hem firmalarla bağlantıya geçebilecek hem de IT konusunda uzmanlaşmış personele ihtiyaç vardır. Dolayısıyla kariyer danışmanlığı hizmetlerini sunacak personelin üniversitelerin rehberlik ve psikolojik danışmanlık alanında lisans veya lisansüstü eğitim almış veya üniversitelerin insan kaynakları yönetimi ve kariyer danışmanlığı alanında yüksek lisans eğitimi almış kişiler arasından seçilmesinde yarar vardır. Ancak kariyer merkezinde öğrencilerin istihdamına yardım etmek amacıyla kariyer fuarları düzenleme, işverenlerle bağlantı kurma vb. faaliyetlerini yürütecek personelin çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri, işletme veya insan kaynakları yönetimi gibi alanlarından mezun olmaları uygundur. Ancak bu bölümlerden mezun olan personelin ilave eğitimlerle kariyer planlama becerisi edinmiş olmaları gerekir. Aynı husus, iletişim fakültesi mezunları için de söylenebilir. Bilhassa işverenlerle kurulacak diyaloglardaki başarı; mezunlarla güçlendirilecek ağ bağlantıları için bilimsel alt yapıları fark yaratacaktır. Fakat işgücü piyasasına ilişkin bilgilerinin de güçlü olması şarttır. Bu bağlamda, modelde, uygun lisans mezuniyetine ilaveten personele ‘hizmet içi eğitim’ verilmesi öngörülmektedir.

Eğitim koşulunun yanı sıra, görevlendirilecek personelin iletişim becerisi gelişmiş, sunum yapabilecek, sebatkar, özverili çalışacak, gelişime açık, takım çalışmasına yatkın ve bilgi iletişim teknolojileri (BİT) konusunda güçlü olmaları da dikkate alınmalıdır. Hatta günümüzde kariyer hizmetlerinin önemli oranda internet üzerinde sunulduğu dikkate alındığında merkezin web sitesini güncelleyecek, öğrenci ve mezunlara ilişkin veri tabanını kullanacak, açık iş ilanları ve diğer bilgileri veri tabanları üzerinden öğrencilere sunacak bir BİT elemanına da ihtiyaç vardır.

Ayrıca merkez personelinin üniversitenin eğitim verdiği branşların işgücü piyasasındaki beklentiler açısından değerlendirmek üzere uzmanlaşması da düşünülmelidir. Bu öneri, personelin niceliksel olarak güçlenmesini de zorunlu kılacaktır. Tahmin edileceği gibi her

mesleğin işgücü piyasasındaki yeri ve istihdam fırsatları birbirinden farklıdır ve özel olarak bilgi edinilmesi halinde öğrenciye etkili danışmanlık ve yönlendirme hizmeti sunulabilir. Personel sayısının görece yetersiz kalması halinde en azından mesleğe özgü iş ve kariyer fırsatları için ilgili bölüm öğretim elemanlarından destek alınması modelin önemli bir ögesidir. Yarı zamanlı uzman çalıştırma da bir alternatif olarak düşünülebilir. Sektörde işe alım uzmanı olarak görev yapan eski mezunlardan bu konuda destek istenmesi de uygun olabilir.

4.2.5.2 Kariyer Merkezinin Müdürü

Kariyer merkezi müdürü, merkezin hizmetlerinden birincil seviyede sorumlu olan kişidir. Livengood (2012), alınacak kararlar, uygulanacak standartlar, kurallar ve düzenlemelerin öğrenciler, mezunlar, işverenler ve diğer dış paydaşlar için işlevsel olmasını sağlamakla müdürün yükümlü olduğunun altını çizmektedir. Müdürün kariyer danışmanlığı veya işgücü piyasasındaki ve mesleklerin doğasındaki gelişmelerin farkında olan insan kaynakları yönetimi alanında uzman kişiler arasından seçilmesinde yarar vardır.

Gerek merkez yöneticileri gerek personel, farklı niteliklere ve beklentilere sahip öğrencilere rol model olma kapasitesine sahip olmalıdır. Bilindiği gibi her sene üniversiteye gelen öğrenci profili değişmekte ve çeşitlenmektedir. O nedenle merkez yönetici ve çalışanları çeşitlenen danışan profilinin güne özgü ihtiyaçlarına karşı tetikte olabilmelidir. Örneğin özel gereksinime sahip, dezavantajlı öğrenciler için ilave eğitim almaları önerilebilir.

İdeal bir müdürün liderlik ve yöneticilik alanında deneyimli, kariyer gelişimi ile ilgili etik değerlere sahip, verimli bir çalışma ortamı oluşturmaktan sorumlu ve teknoloji okuryazarlığı konusuna hâkim olması beklenmektedir. Ayrıca personeli denetleme, günlük işleyişi yönetme, finansal kaynaklar için araştırma yapma, endüstri, sanayi ve diğer ilgili kurumlarla işbirliği sağlama ve merkezin misyon ve vizyonu doğrultusunda planlama ve geliştirme sürecini yönetme gibi sorumlulukları bulunmaktadır.

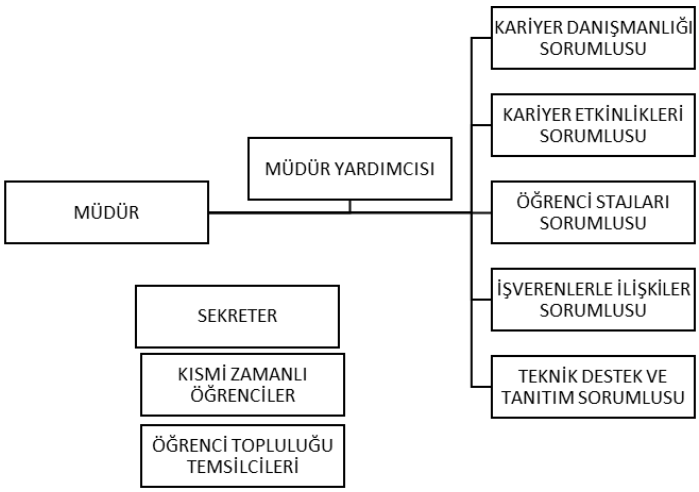
Bir kariyer merkezinin akademik olmak yerine, hizmet birimi olduğunun öncelikle benimsenmesi gerekir. O nedenle akademisyen bir müdür olsa da diğer birim fonksiyonlarından sorumlu kişilerin idari personel olması ve tam zamanlı olarak merkezde görev alması gerekmektedir.

4.2.5.3 Danışma Kurulu

Merkezin organizasyon yapısı için önerilen model dikkate alındığında, ‘Danışma Kurulu’ önemli bir destek birimi olarak değerlendirilmektedir. Bu kurula yüklenen misyon, toplumda var olan kaynaklardan faydalanma ve onlarla bağlantı kurmak için merkeze olanak sağlamasıdır. Danışma Kurulu bu hedefi gerçekleştirmeye yetkin üyelerden oluşturulmalıdır. Öğretim

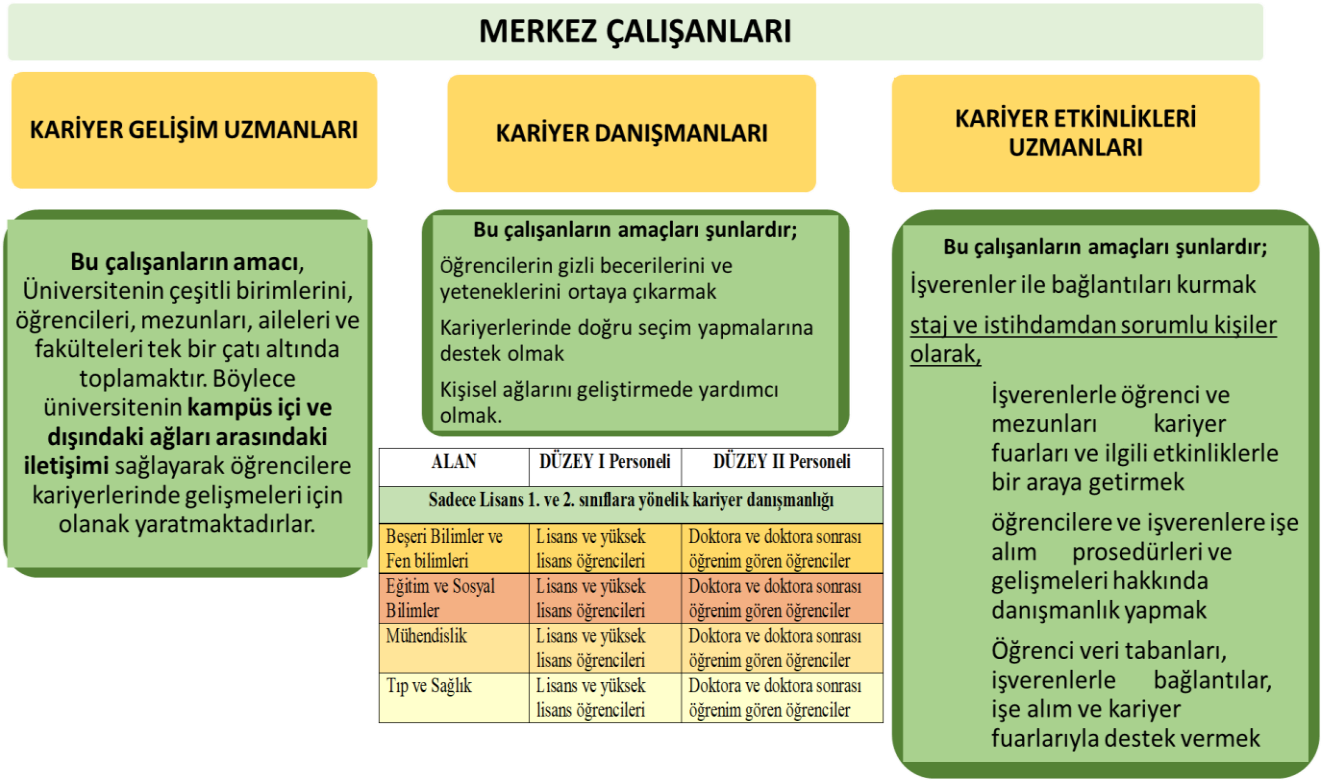
üyelerinin yanı sıra dış paydaşlardan temsilcilerin de bu kurulda yer alması iyi olur. Kamu kurumlarının, Ticaret ve Sanayi Odasının, Belediyelerin temsilcileri merkezin faaliyetlerine rehberlik etmede önemli roller üstlenebilirler. Öte yandan, belediyeler ve özel sektör temsilcileri merkezin tanınırlığını arttırma ve geniş kitlelere duyurma kadar, maddi kaynak sağlama açısından da yararlı olabilirler.

Kariyer merkezleri için önerilen iç organizasyon yapısı, Şekil 20'deki gibidir.



Şekil 20. Merkez iç yapısı

Bu yapının Amerika ve Avrupa'nın önde gelen üniversitelerinin Kariyer Merkezleriyle ve ülkemizdeki vakıf üniversitelerinin Kariyer Merkezleriyle oldukça benzer olduğu da belirtilmelidir. Örneğin, Stanford Üniversite'sinde kariyer merkezinde çok sayıda personel çalışmaktadır; görev dağılımı etkin bir şekilde yapılmıştır. Kariyer merkezinin iletişim stratejileri, markalaşma ve reklamcılık konularından sorumlu çalışanlarından oluşan bir alt birimi bulunmaktadır ve bu birim, "kariyer gelişim uzmanları", "kariyer danışmanları", "kariyer etkinlikleri uzmanları" ile faaliyet göstermektedir. Şekil 21, bu uzmanların sorumlu oldukları temel işleri özetlemektedir:



Şekil 21. Stanford Üniversitesi personel görev dağılımı

Görüldüğü gibi, bu başarılı Kariyer merkezi, 'uzmanlaşma' esaslı bir iş paylaşımı uygulamaktadır. Bu yapı merkez personel sayısının fazla olması nedeniyle yıllardır başarıyla sürdürülebilmektedir.

Bir diğer iyi uygulama örneği olarak Zürih Üniversitesi verilebilir. Tam zamanlı istihdam yerine yarı zamanlı çalışma esasının uygulandığı bu merkezde, "Öğrenci Veri Bankası ve Danışmanlığı" alt birimi dikkate değerdir. Öğrencilerin yüksek lisans programları, danışmak istedikleri özel bir konu veya finans konusunda soruları varsa bu birime başvurmaktadırlar. Merkezde çalışan sayısı çok yüksek değildir; bu yönüyle ülkemiz için daha uygun bir yapıyı temsil etmektedir. Üçü saat ücretli, diğer üçü yüzde oranı değişken istihdam koşulunda olan altı kişilik çekirdek bir ekip söz konusudur. Yarı zamanlı öğrenci desteği de alınmaktadır. Merkezde çalışan personel tıpkı Stanford Üniversitesinde olduğu gibi belli konularda uzmanlaşmış kişilerdir. Özellikle kariyer danışmanlığı için başvuran öğrenciler, danışmanların yetkinlik alanına uygun biçimde yönlendirilmektedir. Örneğin finans alanından bir öğrenci için o konuda uzman olan danışmana randevu ayarlanmaktadır.

Bu uzmanlaşmanın lisans eğitimi kadar, özel sektördeki deneyimler temel alınarak yapıldığı da bir diğer önemli husustur. Bu bağlamda, merkezde çalışacak personelin işgücü piyasasına

dair ilk elden bilgi edinmiş; özel sektör deneyimi bulunan kişiler arasından seçilmesinin özellikle faydalı olabileceğinin altı çizilmelidir.

4.2.5.4 Kariyer Danışmanlarının Yeterlikleri ve Performans Göstergeleri

Üniversite kariyer merkezlerinin etkin hizmet sunmalarında merkez personelinin, özellikle de kariyer danışmanlarının rolü hayatidir. Üniversite kariyer merkezlerinin sundukları hizmetleri ancak alanında uzman personelle etkin bir biçimde sunabilecekleri dikkate alındığında, merkezde çalışacak personeli istihdam ederken aşağıda sunulan yeterliklere sahip olup olmadıklarının sorgulanmasında yarar vardır. Ayrıca kariyer danışmanlığı hizmetlerini sunan mevcut personelin bu yeterliklere göre kendilerini geliştirmeleri için hizmet içi eğitim almaları önerilebilir.

Kariyer danışmanlığı alanında dünyada en yetkin kuruluşların başında ABD Ulusal Kariyer Gelişimi Derneği (NCDA) gelmektedir. Bu derneğin oluşturduğu Meslek Standartları Komitesi 1997 yılında kariyer danışmanlarının yeterlikleri ve performans göstergelerini hazırlanmış, 2009 yılında ise revize etmiştir. Bu komite profesyonel kariyer danışmanlarının yeterli olmaları gereken 11 temel alan belirlemiş, ardından bu her bir alana ilişkin alt yeterlikler sıralamıştır. Bu yeterlikler ve performans göstergeleri aşağıda sunulmuştur (NCDA, 2009).

1. **Kariyer Gelişim Kuram ve Modellerini Bilmek**
    - Danışmalık kuramları ve bu kuramların geliştirdiği teknikler,
    - Kariyer gelişimi modelleri ve kuramları,
    - Cinsiyet, cinsel yönelim, ırk, etnik yapı; fiziksel ve ruhsal kapasite ile ilişkili bireysel farklılıklar,
    - Kariyer kaynakları ve bilgilerinin sunulması konusunda farklı model, yaklaşım ve teknikler,
    - Yaşam boyu insan gelişimi,
    - Yaşam ve iş yaşamının planlanmasını kolaylaştıran rol ilişkileri,
    - Kariyer planlama ve işe yerleşme konularında bilgiler, teknikler ve modeller.
2. **Bireysel ve Grup Danışma Becerilerine Sahip Olmak**
    - Bireylerle verimli kişisel ilişkiler kurmak ve sürdürmek.
    - Verimli grup iklimi oluşturmak ve sürdürmek.
    - Danışanın kişisel amaçlarını belirlemek/tanımlamak için işbirliği yapmak.

- Danışanın ya da grubun amaçlarına uygun teknikleri belirleyip, seçmek.
- Danışanın kişilik özellikleri ile kariyer ilişkisini tanımak ve anlamak.
- Danışanın kariyerini etkileyen sosyal bağlamlı koşulları tanımak ve anlamak.
- Danışanın kariyerini etkileyen aile ve alt kültürel yapıların ilişkisini tanımak ve anlamak.
- Danışanın kariyer konusunda karar verme sürecini tanımak ve anlamak.
- Danışanın işe ve işverene karşı tutumunu tanımak ve anlamak.
- Danışanın işe ve işverene karşı cinsiyet, ırk, kültürel kalıpyargı ve önyargılarını bilmek.
- Danışların rol geçişini başlatmak ve bu yönde harekete geçirmek için onları aşağıdaki maddeleri göz önünde bulundurarak güçlendirmek ve cesaretlendirmek:
    - ✓ Bilgi ve deneyimlerinin kaynaklarını belirlemek.
    - ✓ Rol geçişlerini yapabilmek için gerekli olan bilgi ve deneyimleri kazanmak.
- Danışanın çalışma ve iş arama becerileri kazanmasına destek olmak.
- Danışanın kariyerinde iş dengesi sağlamasına destek olmak; boş zaman, aile ve toplum rollerini de içeren iş-yaşam rolleri arasında denge kurmasını desteklemek.

3. Bireysel ve Grup Değerlendirme Becerilerine Sahip Olmak

- Danışanın yetenek, başarı, ilgi, değer gibi kişisel özelliklerini değerlendirmek.
- Boş zaman ilgileri, öğrenme stilleri, yaşam rolleri, benlik algısı, kariyer olgunluğu, mesleki kimlik, kariyer kararsızlıkları, iş ortamı tercihleri (örneğin, iş doyumu) ve diğer yaşam stili/ gelişim konularını değerlendirmek.
- İş ortamı koşullarını (örneğin, görevler, beklentiler, kurallar, fiziksel ve sosyal ortamların kalitesi) değerlendirmek.
- Danışanın cinsiyetine, cinsel yönelimlerine, ırkına, etnik yapısına ve fiziksel ruhsal durumuna uygun geçerli ve güvenilir ölçme araçlarını seçmek ve değerlendirmek.
- Değerlendirme sonuçlarını bilgisayar kullanarak etkili ve uygun bir şekilde yorumlamak.
- Bireysel ve grup halinde yapacağı ölçme ve değerlendirmeler için uygun teknikleri seçmek.
- Doldurulan kariyer değerlendirme ölçeklerini puanlayabilmek ve raporlaştırmak.

- Değerlendirme ölçeklerinden alınan bilgileri yorumlamak, sonuçları danışan ve diğer ilgililere ulaştırmak.
- Danışan ve diğer ilgililerin test sonuçlarını yorumlayabilmelerine destek olmak.
- Değerlendirme sonuçları hakkında doğru rapor yazmak.

4. Kariyer Bilgileri ve Kaynakları

- Hizmet öncesi ve hizmet içi eğitimler ile iş piyasası trendlerini takip etmek,
- Meslekler, bu mesleklerde yürütülen görevler, ödenen ücretler, gereklilikler ve gelecekteki durumları konusunda bilgi sunan işgücü piyasası bilgileri ve kaynaklarına hakim olmak.
- Danışanın kariyer planlamasını (iş arama dahil) kolaylaştıracak toplumsal ve mesleki kaynakları tanımak.
- Erkek ve kadın rollerinde meydana gelen değişimler ile bu değişimlerin eğitim, boş zaman faaliyetleri ve aileye yansımalarını bilmek.
- Kariyer planlama sürecinde yararlanılabilecek bilgisayar destekli kariyer bilgi dağıtım sistemleri ile bilgisayar destekli kariyer danışmanlığı sistemlerini etkin kullanabilmek.

5. Kariyer Programlarını Planlama, Yönetme ve Uygulama

Sahip Olunması Gereken Bilgiler

- Kariyer gelişim programlarını organize etme ve düzenleyebilme.
- İhtiyaç belirleme ve değerlendirilme teknik ve uygulamalarını bilme.
- Kariyer gelişimi programlarının uygulanması ve yönetiminde teşhis, davranış, planlama, örgütsel iletişim gibi konuları içeren örgütsel kuramları tanımak ve bunlardan yararlanmak.
- Bütçe, planlama, maliyet hesaplama, politik analizler, kaynak tahsisi ve kalite kontrol konusunda öngörü sahibi olmak, etkin tahminlerde bulunmak.
- Geribildirim verme ve değerlendirme, örgütsel değişim, karar verme ve çatışma çözme gibi konuları kapsayan liderlik kuram ve yaklaşımlarını bilmek.
- Kariyer gelişim programları için ölçütler ve profesyonel standartlar oluşturabilmek.
- Kariyer gelişim programlarının geliştirilmesi ve uygulanmasını etkileyen toplumsal trendler ile yasal düzenlemelerin etkisini kestirmek.

Sahip Olunması Gereken Beceriler

- Özel gruplar için kariyer gelişim programlarını bireysel ve grup olarak uygulamak.
- Kariyer bilgi ve planlaması için uygun bilgisayar tabanlı sistemlerinin uygun bir biçimde nasıl kullanılacağı konusunda danışanları bilgilendirmek.
- Kapsamlı kariyer bilgi kaynaklarını planlamak, organize etmek ve yönetmek.
- Kariyer gelişim programlarını uygularken ilgili birimlerle işbirliği yapmak.
- Kurumda çalışan personelin yetkinliklerini saptamak ve değerlendirmek.
- Merkezin sunduğu kariyer hizmetlerinin etkin bir biçimde tanıtımı ve duyurusunu yapmak.

6. Koçluk Yapma, Konsültasyon ve Performans Geliştirme

- Konsültasyon kuram, strateji ve modellerini kullanabilmek.
- Danışanın kariyerini etkileyebilecek kişilerle verimli ilişkiler kurmak, işbirliği yapmak ve sürdürmek.
- Kariyer danışmanlığı, kariyer gelişimi, iş yaşamının planlanmasının önemini anlamada yasa koyuculara ve halka yardım etmek.
- Kariyer ve işgücünün planlanması konularında kamuoyunu etkilemek.
- Merkezin gelecekte ihtiyaç duyacağı konular ile çalışanların halihazırdaki becerilerini analiz etmek ve performans geliştirme eğitimleri düzenlemek.
- Çalışanlara koçluk ve mentorluk yapmak.

7. Farklı Gereksinimi olan Gruplar

- Gelişim modelleri ve çok kültürlü danışmanlık yeterliklerini bilmek.
- Farklı grupların (cinsiyet, cinsel yönelim, etnik grup, ırk ve fiziksel, ruhsal durum) özel gelişim ihtiyaçları tanımlamak.
- Farklı grupların kendine özgü ihtiyaçlarına yanıt verebilecek kariyer gelişim programlarını belirleyebilmek.
- Dili yeterli olmayan bireylerle iletişim kurabilmek için uygun yöntemler veya araçlar bulmak.
- Farklı grupların kariyer planlama ihtiyaçlarına yanıt verecek farklı ve alternatif yaklaşımlar belirlemek.

- Özel gereksinimi olan bu bireylere sunulabilecek toplum kaynaklarını belirlemek ve danışanların özel gereksinimlerine yardımcı olacak bağlantıları kurmak.
- Özel grupların kariyer keşfi, istihdam beklentileri, sosyal ve ekonomik konularla ilişkili olarak kendilerine özgü özellikleri, sorunları ve ihtiyaçları olabileceğini diğer personele, profesyonellere ve halka anlatarak yardımcı olmak.
- Farklı grupların istihdamı ve kariyer gelişimlerini savunmak.
- Ulaşımı zor gruplara özgü kariyer gelişim programları, hizmetleri ve materyallerini tasarlamak ve sunmak.

8. Süpervizyon

- Kariyer danışmanı olarak kendi sınırlıklarının farkında olmak, gerektiğinde süpervizyon almak, ayrıca gerek duyulduğunda danışanı başka bir kişi ya da kuruma sevk etmek.
- Danışmanlık becerilerini sürdürmek ve geliştirmek için süpervizyon almak.
- Kariyer danışmanı olarak gerek kendi profesyonel gelişimi gerekse danışan – danışman konularında meslektaşları ve diğer danışmanlarla görüş alış-verişinde bulunmak.
- Süpervizyon kuram ve modellerini bilmek.
- Tecrübe düzeyi farklı kariyer danışmanları ve kariyer geliştirme elemanlarına etkili süpervizyon vermek.

9. Etik ve Yasal Konular

- Etik kurallara ve kariyer danışmanlığının meslek standartlarına bağlı kalmak.
- Kariyer danışmanlığını etkileyen güncek etik/yasal konuları bilmek.
- Bilgisayar destekli danışmanlık sistemleri bağlamında güncel etik/yasal konulara hakim olmak.
- Konsültasyonla ilişkili etik standartları bilmek.
- Danışanın mahremiyeti ile ilişkili yasal prosedürleri bilmek.

10. Araştırma ve Değerlendirme

- Araştırma önerisi yazabilmek.
- Kariyer danışmanlığı konularında araştırma tasarlayabilmek.
- Kariyer danışmanlığı ile ilişkili araştırma sonuçlarından yararlanabilmek.

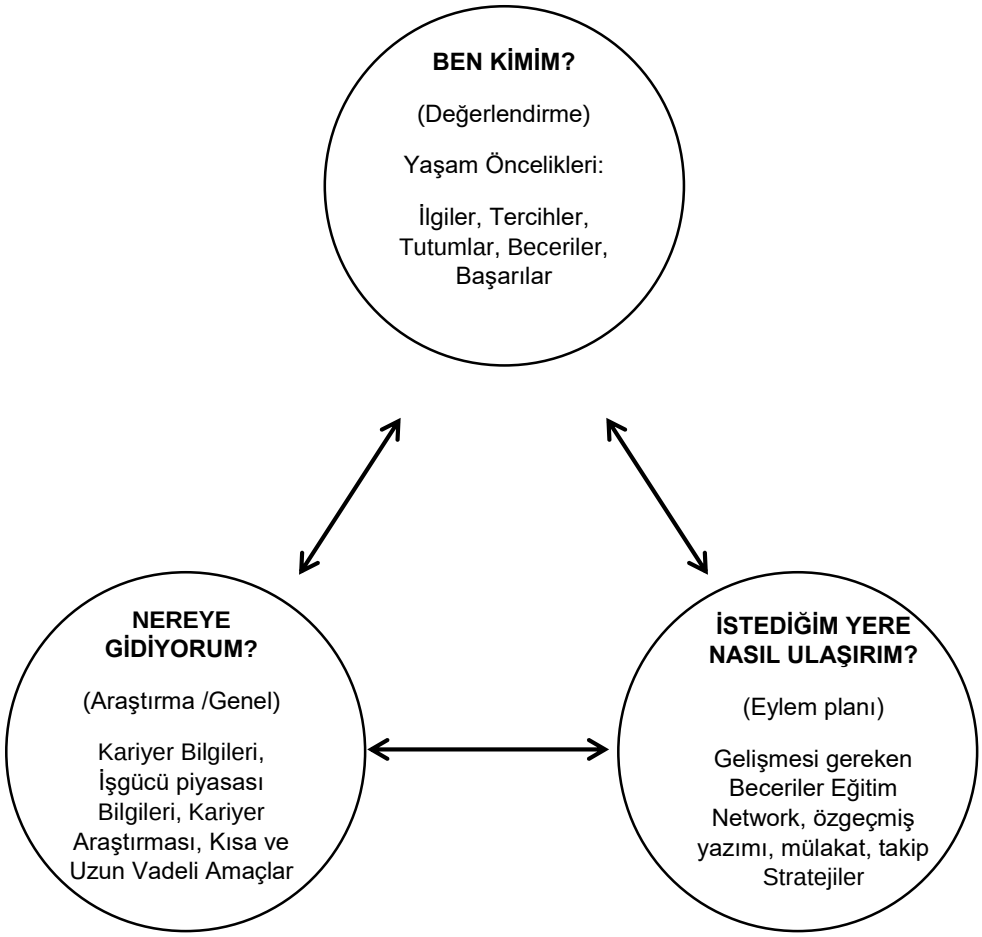
- Değerlendirme programları tasarlamak, yürütmek ve sonuçlarından yararlanmak.
- Erkek-kadın, farklı cinsel yönelim, etnik köken, fiziksel ve zihinsel olarak farklı grupların ihtiyaçlarını göz önünde bulunduracak değerlendirme programlarını tasarlamak.
- Kariyer danışmanlığı konularında araştırma yaparken uygun istatistiksel teknikleri kullanabilmek.

11. Teknoloji

- İnternet üzerinden hizmet sunan bilgisayar tabanlı çeşitli rehberlik ve bilgi sistemlerini bilmek.
- Bu sistemlerin sunduğu hizmetlerin kalitesini değerlendirebilecek standartları bilmek.
- Bireylere kariyer planlamalarında yardımcı olan etik standartlara uygun bilgisayar destekli sistemler ile İnternet hizmetlerini kullanabilmek.
- Danışanları teknoloji temelli kariyer sistemlerden yararlanmaları konusunda teşvik etmek.

4.2.6 Kariyer Merkezi Tarafından Sunulabilecek Hizmetler

Üniversite kariyer merkezlerinin temel hedefi ve işlevi öğrencilerin mezuniyetin ardından kısa sürede istedikleri nitelikte bir işe yerleşmelerini sağlamaktır. Başarılı bir kariyer planlamasının ilk adımı da kişinin kendini tanımasıdır. Geleceğe dönük karar almak çoğu zaman zor ve meşakkatlidir. O nedenle, bu bölüm öncelikle etkili bir kariyer danışmanlığı hizmetinin ne denli mühim olduğunun altını çizmeye odaklıdır. Bu bakış açısı, bireysel kariyer gelişiminin üç temel bileşenini esas tutmayı gerekli kılmaktadır. Şekil 22'den de izlenebileceği gibi, 'ben kimim?' bileşeni bireyin kendini tanımasını, 'nereye gidiyorum?' bileşeni işgücü piyasasına dair bilgi ve deneyim edinmeyi ve nihayet 'istediğim yere nasıl ulaşırım?' bileşeni de ilk iki bileşenin çıktılarının proaktif bir yansımasını yani gelecek yönelimli planlamayı temsil etmektedir (Schutt, 2008):



Şekil 22. Bireysel kariyer gelişimi için üç kritik soru

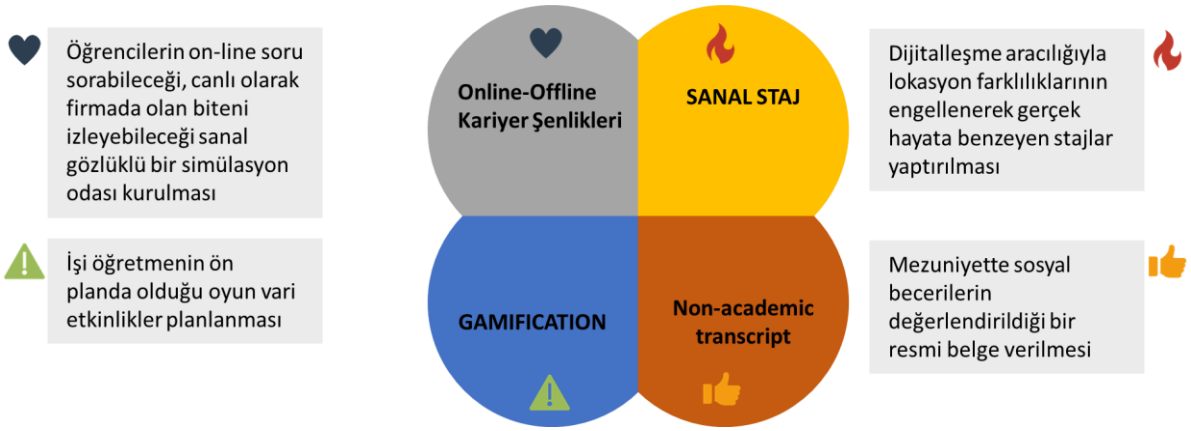
Daha önce de vurgulandığı gibi, günümüzün üniversite kariyer merkezleri hizmet çeşitliliğine gitmek durumundadırlar. Öğrenciler artık bir yandan güçlü yönlerini, ilgilerini, kişilik ve yeteneklerini öğrenebilecekleri kariyer danışmanlığı hizmetlerini talep ederken (Reitter, 2010), diğer yandan işgücü piyasasının hızlı değişen dinamikleri ve talepleri hakkında bilgi sahibi olma ve bu değişen dünyaya uyum sağlama ihtiyacı hissetmektedirler. O nedenle, modelde "deneyimsel öğrenme" misyonu temel bakış açısını temsil edecek şekilde fonksiyonlara sahip bir Kariyer Merkezi planlanmıştır. Çünkü teknoloji öğrenciler, mezunlar, işverenler ve fakülte müfredatları için gittikçe daha da merkezileşmektedir. Üniversite mezun sayısının da artıyor oluşu teknolojik üstünlüğün ayırt edici etkisini daha da güçlendirmektedir. Öğrencilere verilecek her hizmet gelecek yönelimli olmalı ve iş yaşamına hazırlık aşamasında öğrencilere aktif katılımlı rol üstlenme fırsatı sunmalıdır. İş arayan mezunların işverenlerin kendilerinden ne beklediklerini bilmeleri gerektiği gibi, üniversite müfredatları da buna uygun biçimde güncellenmek durumundadır. Laanan (1995) üniversitenin kariyer için birincil bağlantı noktası olduğunu; o nedenle üniversitelerin işverenlerle bağlantıları güçlendikçe, 'okuldan işe geçiş' için kolaylaştırıcı bir rolü bulunduğuna dikkat çekmektedir. Salva (2014), kariyer merkezi hizmet yelpazesinin yeniden tasarımında çeşitlenen öğrenci profilinin de kritik önem taşıdığını hatırlatmaktadır. Engellilerin ve diğer dezavantajlı gruplara mensup öğrencilerin akranlarına karşı iş piyasasındaki rekabette başarılı olabilmeleri için özel desteğe gereksinimleri vardır. Bu nedenle kariyer merkezleri farklı kariyer ihtiyacı olan öğrencilere yönelik çok daha karmaşık ve çeşitli kariyer destekleri sunabilecek donanımda olmalıdırlar.

Şekil 23'de geleneksel kariyer merkezi etkinlikleri özetlenmektedir.



Şekil 23. Geleneksel kariyer etkinlikleri

Üniversite kariyer merkezleri geleneksel kariyer hizmetlerini sunmalarına ek olarak, değişen işgücü profili ve koşullar ile farklılaşan öğrenci profilini dikkate alarak, işgücü piyasasının dinamiklerindeki dönüşümler ve buna bağlı olarak işverenlerin mesleki teknik becerilerin ötesinde talep ettikleri 21. Yüzyıl becerilerine ilişkin beklentilerini de karşılayacak hizmetleri sunmak durumundadırlar. Özellikle Endüstri 4.0 ve sanal dünyaya erişimin öncellendiği çağımızda, çok daha farklı kariyer hizmetleri de hesaba katılmalıdır. Şekil 24'de bu bakış açısıyla önerilen ve gelişmiş dünya üniversitelerinde, ülkemizde de bazı vakıf üniversiteleri tarafından yürütülen alternatif kariyer hizmetlerine yer verilmiştir.



Şekil 24. Endüstri 4.0 ve geleceğin kariyer etkinlikleri

Önerilen Model Türkiye koşulları dikkate alınarak hem geleneksel hem de modern kariyer merkezi düşüncesini yansıtan bir içerikle tasarlanmıştır. Bu çerçevede üniversite kariyer merkezleri tarafından sunulabilecek hizmetler ve faaliyetler Şekil 25'de gösterilmiştir.



Şekil 25. Kariyer merkezleri tarafından sunulabilecek temel hizmetler

Ağacın köklerinde yer verilen faaliyetlerin her biri mezun istihdam oranının arttırılmasına yöneliktir. Modelin temel bileşenleri, gerek proje kapsamında gerçekleştirilen alan araştırması bulgularına gerekse ilgili alan yazın taramasına dayalı olarak kurgulanmıştır. Modelin temel mantığı Şekil 26'de özetlenmektedir:



Şekil 26. Model içeriği: Temel bileşenler

Fu Ho ve Ling Hu'ya (2017) göre, öğrencilerin en çok talep ettiği hizmetin "***profesyonel (mesleki) beceri eğitimi***" olduğuna dair araştırma sonuçları, üniversite kariyer merkezlerinin öğrencilere sunacağı birincil hizmet bileşeninin çalışma yaşamıyla mezuniyet öncesi tanışma sağlayan staj ya da iş gölgeleme olduğunu düşündürmektedir. Çağımızda işyeri deneyimi, hem işgücüne katılma arifesindeki öğrencinin kendisini tanımasına, hem ilgili sektör hakkında birinci el bilgilere ulaşmasına hem de çalışma etik ve alışkanlığı kazanmasına hatırı sayılır bir katkı sağlamaktadır.

Gerçekten bilgi çağının bir yansıması olarak günümüzde ihtiyaç duyulan bilgiye erişimde hız ve çeşitlilik imkanları genişlemiştir. O nedenle CV yazımı ya da mülakat becerilerine ilişkin teorik bilgiler aday öğrencilerin önceliğinde görünmemektedir, çünkü bu tür bilgelere internetten kendileri de kolayca ulaşabilmektedirler. Bu nedenle öğrenciler kendilerinin ulaşabilecekleri bilgilerden ziyade '***gerçek yaşam deneyimi'*** fırsatlarını talep etmektedirler. Bu bağlamda, mülakat simülasyonları (mock interview), işyeri ziyaretleri, iş gölgeleme aktiviteleri, potansiyel işverenlerle gerçekleştirilen kısa ama etkili paylaşımlar, staj planlama ve uygulamaları en önemli faaliyetler olarak belirginleşmektedir. Öte yandan kredili kariyer

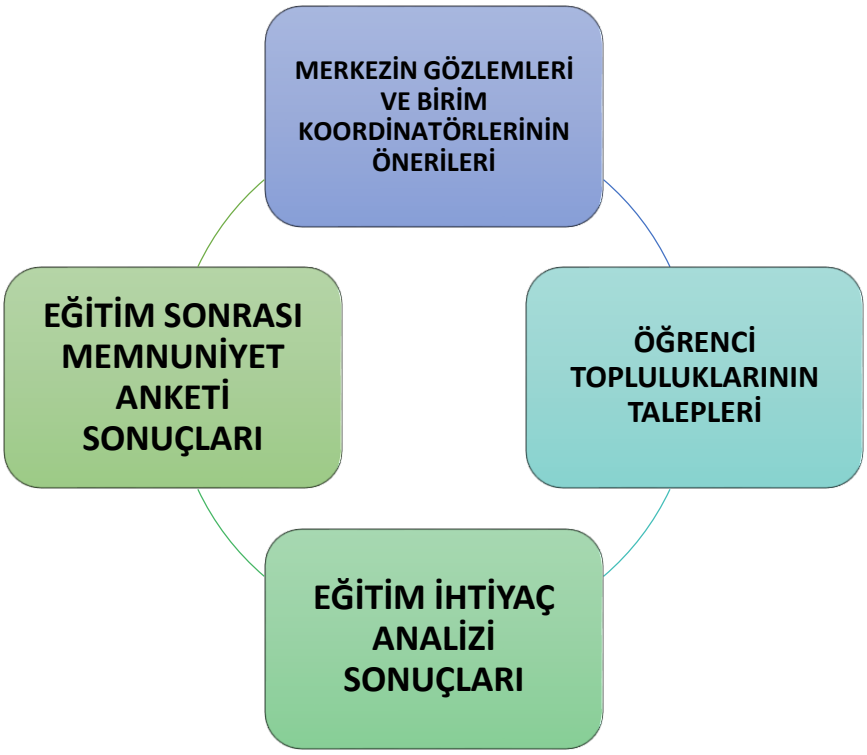
dersleri verilmesi; bu derslerin belli bir oranının sektör temsilcileri tarafından yürütülmesi (markalı dersler) de etkili görünmektedir.

Kariyer fırsatlarını genişletme amaçlı faaliyetlerden kariyer fuarlarının işlevsizleştiği ve yeterli ilgiyi görmediği dikkati çekmektedir. Bu tür fuarları öğrenciler zaman kaybı olarak değerlendirmekte, hedefe odaklı işveren buluşmalarını, kampüste planlı işe alım süreçlerini daha faydalı bulmaktadırlar. Çalıştaylar, seminerler, kurslar gibi "***grup egzersizleri***" kariyer planlama sürecindeki öğrenciler için rotalarını keşfetmede yapılandırılmış bir ortam sağladığından günümüzde hala cazibesini korumaktadır (Herr, Cramer ve Niles, 2004).

Ancak her üniversite kariyer merkezinin olduğu gibi üniversitenin ve üniversitenin içinde bulunduğu kentin imkanları aynı olmadığından, farklı kariyer hizmeti uygulamalarına yer vermekte yarar vardır. Bir yandan CV yazımı ve mülakat becerileri gibi geleneksel kariyer faaliyetleri düzenlenirken, diğer yandan imkanı olan üniversitelerin daha ileri kariyer hizmetlerini sunmalarında yarar vardır.

Test ve test dışı teknikler aracılığıyla bireyin kendini tanımasını sağlayarak, gelecek kariyer planını kurgulamasına yardımcı olmak Merkezin asli görevlerindendir. Bu fonksiyonun layıkıyla yerine getirilebilmesi için geçerli, güvenilir ve kültüre uygun test ve envanterler kullanmak; bu uygulamaların test uygulama ve değerlendirme ehliyeti bulunan kişilerce yapılması, sonuçların profile dökülerek danışana sunulması ve sonuçlar üzerinde yapılacak görüşmenin kariyer keşfi için yol gösterici olması şarttır. Ayrıca çağa özgü yeni beceri alanları da hesaba katılmalıdır. Örneğin 'internet üzerinden iş arama', 'sosyal medya okur-yazarlığı', 'mesleki ilerleme için yüksek lisans eğitimi planlaması' gibi hususlarda öğrencilere verilecek eğitimler son derece önemlidir.

Mesleki Beceri Eğitimlerinin başlıklarının belirlenmesinde öğrencilerin neye ihtiyaçları olduğuna ve eğitimin kim ya da kimler tarafından verilmesinin uygun olacağına karar vermek de önemli bir planlama aşamasıdır. Doğaçlama ya da tesadüfen kararlaştırılan eğitim etkinlikleri faydalı olmak bir yana, Merkeze olan inancı sarsma potansiyeli de taşımaktadır. O halde, üniversite kariyer merkezleri beceri eğitimi planlarken Şekil 27'de sunulan verileri temel almalıdırlar.



Şekil 27. Eğitim planlama için veri kaynakları

Eğitim planlamada, Merkez Yönetimi bazı önemli hususları da karar bağlamalıdır:

1. Eğitim düzenleme sıklığına karar verilmesi
2. Eğitim konusu, içeriği, süresi ve mekanının belirlenmesi
3. Öğrencilerin eğitimlere katılımını sağlama stratejileri
4. Eğitimleri kimin vereceğinin belirlenmesi
5. Eğitimlerden Sonra Katılım Belgesi, Sertifika verilip verilmeyeceğinin kararlaştırılması.

Eğitimlerin kimler tarafından verilmesinin uygun olacağı kararı da bir diğer planlama süreci bileşenidir. Şekil 28, modelde öngörülen kaynak eğitimci profilini betimlemektedir:



Şekil 28. Eğitimler için kaynak eğitmen profili

Sunulan modelde önerilen bir diğer eğitim alanı da "***genel kültür***" geliştirme ve pekiştirme odaklıdır. Doğrudan görevi olmasa da kariyer merkezi, öğrencileri hem iş hayatına hem de yetişkin dünyasına hazırlama misyonu üstlenmelidir. Açıkçası iyi bir vatandaş olmak, başarılı bir meslek elemanı olmak kadar önemlidir. Ülkedeki ve dünyadaki gelişmelerin, sosyal sorunların farkında olan, çevreye duyarlı, sağlığı koruma amaçlı tedbirleri alan ve kuralları uygulayan bir gençlik yetiştirmek, geleceğin toplumuna belki de en önemli katkılardan biri olacaktır. O nedenle, üniversite, sivil toplum kuruluşları işbirliği ile tasarlanacak eğitim içerikleri de son sınıf öğrencilerine kariyer merkezi tarafından sunulabilir.

Son olarak, bu proje kapsamında elde edilen veriler ve bilgiler ışığında ideal yani öğrencilerin, işverenlerin ve üniversite akademik birimlerinin önemsediği hizmetleri sunmakta yarar vardır. Bu proje kapsamında ziyaret edilen gerek Türkiye'deki vakıf üniversiteleri gerekse yurt dışındaki Zürih Üniversitesi kariyer merkezinin yürüttüğü iyi örnekler vardır. Kuşkusuz burada belirtilen kariyer faaliyetlerinin tamamını (Bkz. Ek 1 ve EK 2) kısıtlı imkanlara sahip Türkiye'deki pek çok devlet üniversitesinin sunması gerçekçi görünmemektedir. Ancak yine de, bu hizmetlerin farkına varmak ve gelecekte imkan doğduğunda model almak bakımından yararlı olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle iyi örnekler olarak alınabilecek bu faaliyetler aşağıda Şekil 29'da özetlenmiştir.



Şekil 29. Kariyer merkezleri için olası kariyer etkinlikleri

Şekil 29'da sunulan hizmet paketleri, hem geleneksel hem de çağa özgü ihtiyaçlara odaklı niteliktedir. Örneğin; ***bireysel görüşme*** süreci bir kariyer merkezi için en önemli hizmet ayağıdır. Çünkü gerek öğrencinin kendini tanıması, gerek geleceğe dönük kısa ve uzun vadeli kariyer hedefleri koyabilmesi, gerekse bu kariyer planını gerçekleştirebilmek için ne yapması gerektiğine dair bir rota çizmesi merkezin öncelikli işlevidir. Öğrencinin iş dünyasına hazır bir şekilde mezun olması; kuşkusuz mezuniyet sonrasında da kısa sürede istihdam fırsatı bulması üniversite kariyer merkezinin asli amacıdır.

Mezun olmadan önce işgücü piyasasına hazır olabilmek Şekil 29'da yer alan diğer üç çağdaş etkinlik aracılığıyla sağlanabilmektedir. Örneğin ***Markalı Dersler (CO-OP Programı)***, öğrencilerin potansiyel işverenlerince beklentilerin neler olduğunu kavramalarının yanı sıra, klasik akademi müfredatının eksik kalabildiği günün koşul ve değişimlerine uyumlu saha bilgisine erişmenin bir aracı olacaktır. ***Uzun Süreli Stajyerlik (Cooper)*** henüz öğrenci iken bil fiil iş yaşamında yer almakla önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. 3-6 aylık 'uzun' stajların zorunlu olması ve mezuniyet koşulu haline getirilmesi, adaylarla işverenleri tanıştırmakta ve daha diploma almadan iş teklifi alabilmenin cazip bir aracı haline dönüşebilmektedir. Ayrıca bu etkinlik, 'tersine mentorluk' fırsatı için de önemlidir. Firmaların yöneticilerine genç ve bilgileri taze öğrencilerin fikir üretme ve uygulama bakımından destek olması da yaratıcılığı teşvik eden oldukça çağdaş bir hizmet kalemi olarak değerlendirilmektedir. Son olarak ***Kariyer Portalı,*** bilgi ve iletişim çağının belki de en önemli kariyer merkezi bileşeni olarak çarpıcılık kazanmaktadır. Hem Merkez uzmanlarının, hem öğrencilerin hem de firma yetkililerinin eşzamanlı olarak erişerek, CV yükleme, açık iş ilanlarının ilanı, bu işlere başvuru sağlanması ve aday seçim sürecine ilişkin geribildirimlerin alınabilmesi için oldukça işlevsel bir veri

tabanıdır. Aynı portal firmalar ile merkez arasındaki etkileşimin de temel zemini haline gelecektir. Örneğin, önerilen çağdaş hizmetler arasında yer alan mülakat benzeşimleri (mock interview), mezun-öğrenci buluşmaları, iş insanları tarafından verilen seminerler, stajlar için düzenlemelere de temel teşkil edecektir.

Eskiye nazaran ilgi çeken kariyer etkinlikleri için alternatifler de bu düşünce kurgusu üzerine yapılandırılabilir. Örneğin Bilkent Üniversitesi Kariyer Merkezi'nin 30. Kuruluş Yıldönümü nedeniyle gerçekleşen çalıştayda başat olarak belirginleşen bu alternatif kariyer etkinlikleri de Şekil 30'da yer almaktadır.



Şekil 30. İlgi çeken kariyer etkinlikleri alternatifleri

İzleyen bölüm, yurt dışında ve yurt içinde vakıf üniversitelerinde uygulanmakta olan fakat kamu üniversitelerinde eksik kalan öğrencilere yönelik kimi alternatif etkinlik ve hizmetlerin özetlenmesine ayrılmıştır. Bu etkinlik önerileri 'iyi uygulama örnekleri' olarak değerlendirilmiştir ve ayrıntıları Tablo 15, Tablo 16, Tablo 17, Tablo 18 ve Tablo 19'da verilmiştir.

Tablo 15. Zürih Üniversitesi: iyi uygulama örnekleri

Bireysel Kariyer Danışmanlığı Görüşmeler haftada yaklaşık yedi oturum olarak planlanmaktadır. Görüşmenin bir kısmı, öğrencinin kendi kendine bazı 'ödevleri' tamamlamasını içermektedir. Becerileri, ilgileri, değerleri üzerine düşünmeleri sağlanmaktadır.
Özgeçmiş ve Niyet Mektubu Yazım Eğitimi 18-20 kişilik ekipler halinde çalıştaylar düzenlenmektedir.
Gece Düzenlenen Kariyer Etkinlikleri Öğrencilerin ilgisini çekebilecek konuk ve konularla, farklı saatlerde, farklı konseptlerde etkinlikler düzenlenmektedir.
Mülakat Simulasyonu Öğrencilerin hazırlıklı gelmeleri* beklenen bu iş mülakatı benzeşim etkinliğinde yarım saat genel sorular için, 15 dakika da geribildirim için verilmektedir. * *online rehberin okunmuş olması beklenmektedir.*
Firma Tanıtımı ve Kampus Mülakatı Firmalar kampus içinde etkinlikler düzenleyerek afiş veya broşür dağıtmakta ve kendi tanıtımlarını yapabilmektedir. Bu kapsamda stant açmakta ve yiyecek-içecek verilmesi gibi öğrencileri cezbedecek etkinlikler düzenlemektedirler. Bunlara ek olarak kampus mülakatları da düzenlemektedirler.
Proje (Örnek) ***Deloitte danışmanlık firması*** için ekonomi ve işletme öğrencilerini bir araya getirecek bir proje hazırlanmıştır. Yaklaşık 45 öğrenci kariyer merkezinde Deloitte ile buluşarak Queen Mary "Q Consult" projesi yapmaktadırlar. Öğrenciler CV'lerine bu projeyi ekleyebilmektedir.

Tablo 16. Bahçeşehir Üniversitesi: iyi uygulama örnekleri

CO-OP SİSTEMİ Staj yönlendirme faaliyetlerine odaklı bir programdır. Bu etkinlik kendilerini 'İş Deneyimi Kazandırma Merkezi' olarak tanımlamalarının bir sonucudur.
COOPER ('**uzun dönemli stajyer') Programı** Partnerlik protokolü yapılan firmalara stajyer öğrenci gönderilmektedir ve takip edilmektedir.
Tersine Mentorlük Proje temelli çalışmalar kapsamında öğrenciler firma yöneticilerine mentorluk yapmaktadır.
Markalı Dersler Firmanın kendi markasını isim olarak taşıyan bu dersler, öğretim üyelerinin mentörlüğünde firmanın hazırladığı ders içeriklerinin incelenmesi, bir öğretim üyesinin adına 'seçmeli bir ders' olarak açılmaktadır. İstekli firmalar kendi alanıyla ilgili önerdikleri dersler için 'ders öneri formu' doldurup Koordinatörlüğe sunduktan sonra, ilgili Fakültenin değerlendirmesine bağlı olarak ders kabul edilebilmektedir.
Atölye Tarzı Küçük Grup Toplantıları Ve CO-OP Seminerleri Düzenlemek Öğrencilerin günümüzde 'kalabalıkta kaybolmaktan hoşlanmadığı' gözlemine dayalı olarak sınırlı katılıma açık **konulu toplantıların** düzenlenmesidir.
İş ya da staj ilanlarının sosyal medya aracılığıyla duyurulması Kariyer danışmanlığı verebilecek eleman olmaması nedeniyle sadece işlerden haberdar etme işlevi yerine getirilmektedir.

Tablo 17. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi: iyi uygulama örnekleri

Ortak Eğitim Programı: (Öğrenciyi Firmada Okutmak: 3 Dönem Staj) Merkez, zorunlu olan **üç buçuk aylık** stajları düzenlemekten sorumludur. Firmalarla **'İşbirliği Belgesi'** imzalanmaktadır. Firmalardan kontenjan güncellemesi istenmektedir. Her bölümden stajyer öğrenci listeleri toplanmaktadır. Bütün adaylara '**Ortak Eğitime Giriş Dersi (markalı ders)**' verilmektedir. Öğrencinin 5 firma tercihi (biri mutlaka şehir dışından olacak şekilde) alınmaktadır. Her öğrencinin iki zorunlu staj bitirme koşuluyla mezun olabilmesi, birimin önemini ve öğrenciler tarafından bilinmesini sağlayan en önemli etken olarak belirginleşmektedir.

Tablo 18. Bilkent Üniversitesi: iyi uygulama örnekleri

Kariyer Kafe CV kontrolü yapılan oda hazırlanmıştır.
Markalı Ders Universium Türkiye'de çalışılmak istenen ilk 100 firmadan seçilen 21'i ile irtibata geçilerek başlatılmıştır. Bu sürecin arka planında klasik etkinliklerin devrinin kapanması ve o nedenle istihdam öncesi ve istihdam için ne yapılabilir arayışı bulunmakta, işgücü piyasası farkındalığı yaratma hedefi bulunmaktadır.
Özgeçmiş Veri Tabanı Oldukça kontrollü işleyen bu portala, öğrenciler farklı formatlarda hazırlanmış birden çok CV yükleyebilmektedir; Sözleşme imzalamış firmalar iş ilanlarını gönderebilmektedir; Mezun öğrenciler de yararlanabilmektedir. CV kontrolleri, ilan yayınlamak isteyen firmaların incelenmesi ve onaylanması için iki eleman görevlendirilmiştir.
Yeni Mezun Mülakat Simülasyonu Projesi Son sınıf öğrencilerinin başvurusuna açık bir çalışma olan projede, başvuran öğrencilerle prova mülakatlar yapılmakta ve ardından kendilerine geri bildirim verilmektedir. *10-11 İK yetkilisinden oluşan bir jüri kurulmaktadır.* *Öğrenciler sunum yapmaktadır.* *Jüri üyeleri en iyi birkaç öğrenciyi seçmektedir.* *Bu öğrencilere kariyer danışmanlığı hizmeti vermektedirler.* *(Jüri sürecinin video çekimi yapılmakta ve seçilmeyenlere bilhassa geribildirim verilmektedir).*

Tablo 19. Sabancı Üniversitesi: iyi uygulama örnekleri

Uluslararası Ve Ulusal Staj İmkanı Sunulması Öğrencilerin en büyük beklentisi bu etkinliktir. Staj yeri bulmak için yurt içindeki ve dışındaki mezunlarla irtibat kurma temelinde ilerleyen bir süreçtir.
'Yaz Stajı' ve 'Oryantasyon Stajı' İmkanı Sağlanması Zorunlu yaz stajlarının planlanması ve yürütülmesi üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri içindir. 'Oryantasyon Stajı' ise birinci-ikinci sınıf öğrencilerini kapsayan 15 gün süreli bir diğer staj programıdır.
Öğretim üyelerinin talep ettiği derse konuk çağırma taleplerinin Karşılanması 'Uygulamada Ne Oluyor?' konu odaklı sunum yapmaları için firmalarla bağlantıların kurulması ve derse katılımlarının sağlanması söz konusudur.

Özetle, üniversite kariyer merkezleri, çağın gereklerine uygun yeni görev tanımlarına uyum sağlamak durumundadır. Bireysel kariyer danışmanlığı vazgeçilemeyecek bir merkez etkinliği olmakla birlikte, e-danışmanlık temelli yaklaşımların geliştirilmesi de gereklidir. Öte yandan lisans öğrencilerinin sınıfına uygun kariyer danışmanlığı vermek de önem kazanmaktadır. Sadece son sınıfta merkeze başvuran öğrencilere verilebilecek kariyer planlama desteğinin yetersiz kalacağı açıktır. Özellikle de ders yükleri oldukça ağır olan son sınıf öğrencilerinin ilave etkinlik fırsatlarından istifade etmeleri pek mümkün olmamaktadır.

Basılı broşür benzeri materyaller artık öğrencilerin ilgisini çekmemektedir. Kariyer fuarları da eskisi kadar işlevsel bulunmamaktadır. Çünkü bu fuarlar, firmaların üniversite öğrencilerine kolay erişimini sağlamaktan uzaklaşmaktadır. Sanal kariyer fuarları geleceğin en önemli bileşeni haline gelme potansiyeli taşımaktadır. Teknolojik imkanlarla ve merkez-firma işbirliği yardımıyla sosyal medya hesaplarında yapılan 'canlı yayınlar', sanal firma turları, sanal mülakatlar öğrenciler tarafından çok daha ilgi çekici bulunmaktadır.

İşgücü piyasasının beklentilerini kavrama ve mesleki bilgiyi kuramsal niteliğin yanı sıra uygulamalı bilgi ve beceriye dönüştürebilmenin bir aracı olarak 'markalı dersler' oluşturulması ve 'derslere konuk işveren katılımının sağlanması' ön plana çıkmaktadır. Deneyimsel Öğrenme işlevini yerine getirebilmek için kariyer merkezlerinin böylesi etkinlikleri çoğaltması gerekmektedir. Mülakat simülasyonları, iş gölgeleme, staj, yarı-zamanlı çalışma imkanları, sanal firma ziyaretleri öğrencilerin beklentilerinden bazılarıdır. Mentorluk sistemleri ve tersine mentorluk programlarının da arttırılmasının yerinde olacağı düşünülmektedir. Örneğin Hacettepe Üniversitesinde uygulanan 'Akran Danışmanlığı' (peer advising) programı da bir iyi uygulama önerisidir. Program her fakülteden seçilen birer öğrenciye Ankara'daki kuruluşların

İnsan Kaynakları Birimlerinden davet edilen önemli isimler tarafından dönem başında eğitim verilmesine dayalıdır. Dönem içinde bu öğrencilere ayrıca bir "grup danışmanlığı" verilmekte ve akranlarına öğrendiklerini nasıl öğretecekleri anlatılmaktadır. İhtiyaç ortaya çıkarsa bu mentor öğrencilere ek eğitimler aldırılmaktadır. Böylece akran danışmanlığı sistemi randevu temelli olarak işlerlik kazanmaktadır. Benzer bir uygulama mezunların mentor, öğrencilerin mentee olacağı bir model içerisinde de uygulanabilir.

Öğrencilere 'sanatsal faaliyetler"' aracılığıyla kariyer hizmeti sunmak da bir öneri olarak getirilebilir. Sanatsal etkinlikler, psikodrama oturumları gibi araçlar halinde, öğrencinin hayal gücü ve yaratıcılığını pekiştirmek için kullanılabilir. Üstelik sanatsal etkinlikler öğrencileri kaynaştırıcı, iyilik halini güçlendirici ilave fonksiyonlar da yerine getirebilir.

Bir kariyer merkezi, firma portföyünü de sürekli geliştirmeye odaklanmalıdır. Mezun buluşmaları, firma tanıtım etkinlikleri, staj fırsatı sunulması gibi faaliyetler böylece çok daha nitelikli hale gelecektir.

Son olarak, kariyer merkezinin sadece lisans öğrencileri için değil, yüksek lisans ve doktora öğrencilerine de hizmet sunmayı gündemine alması gerektiği belirtilmelidir. Gittikçe lisans sonrası eğitime devam eden birey sayısının artması ve işe girme sürecinde bunun rekabet avantajı sağlaması gözden kaçırılmamalıdır.

4.2.7 Hizmetlerin Planlanması, Sunulması, Değerlendirilmesi ve Raporlaştırılması

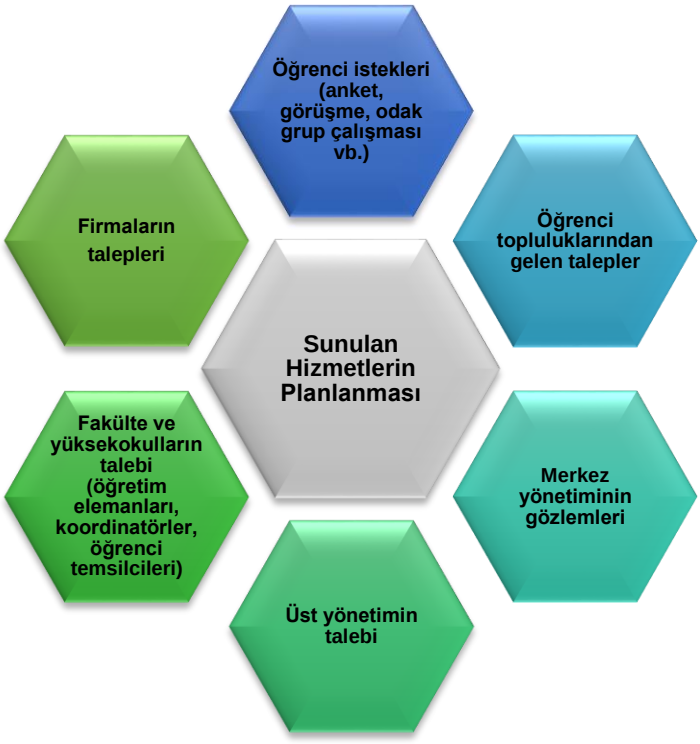
Sunulacak Hizmetlerin Planlanması

Bir kariyer merkezinin etkin olabilmesi için sunulacak hizmetlerin rastgele değil de bir çerçeve planı dahilinde planlanması ve gerçekleştirilmesi gerekir.

Daha önce de belirtildiği gibi kariyer merkezleri öğrencilerin geleceklerinde anlamlı bir kariyer ve hayat sürdürebilmeleri için onlara rehberlik etmeyi, geleceğe hazırlamayı, kariyer fırsatlarını görüp bunları değerlendirebilmeleri için gerekli donanıma sahip olmalarını sağlamayı amaçlayan birimlerdir. Bu işlevlerini yerine getirebilmeleri için öncelikle öğrencilerle iletişim kurarak isteklerini sormalı, neye ihtiyaçları olduğunu belirlemelidir. Diğer bir değişle kariyer merkezleri öğrencilerin ihtiyaçlarını belirlemede, onlarla birebir ya da çeşitli teknolojik araçlarla iletişim kurup, bunu sürdürebilecek yeterliliğe sahip olmalıdır. Bu proje kapsamında ziyaret edilen 20 devlet üniversitesinde kariyer merkezlerinin yaygın olarak öğrencilerden gelen talepler çerçevesinde kariyer etkinliklerini düzenledikleri görülmüştür. Benzer biçimde, proje kapsamında iyi örnekleri görme amaçlı ziyaret edilen Zürih Üniversitesi'nde de eğitim konuları ya da düzenlenecek etkinlikler "'Kariyer Döngüsü' (career cycle) isimli web sayfasına gelen

öğrenci talepleri değerlendirilerek belirlenmektedir. Öğrencilerin taleplerine göre tüm alanları ilgilendirecek etkinliklerin yanı sıra hedef grup olarak adlandırılan örneğin öğretmenlik ya da gazetecilik gibi alana has etkinlikler de düzenlenmektedir. Öğrenci katılımını arttırmak için de etkinlikler ders dışı zamanlarda düzenlenmekte ve sınav dönemlerinde hiçbir etkinlik planlanmamaktadır. Ayrıca merkezin web sayfasında işverenler için de bir ara yüz bulunmakta, firmalar dahil olmak istedikleri etkinlikler için alternatif konu önerilerine erişerek, başvuruda bulunabilmektedir.

Merkez etkinliklerinin belirlenmesinde diğer kullanılabilecek yollar ise, merkezin işbirliği içerisinde olduğu kurum içi ve dışı birimlerden gelen talepleri değerlendirmektir (öğrenci topluluklarının ve firmaların talepleri, üst yönetim ile fakülte ve yüksekokulların istekleri, merkez yönetiminin gözlemleri). Bu birimler Şekil 31.'de gösterilmiştir. Merkezlerin işlevlerini yerine getirebilmeleri için işbirliği içinde olması gereken bu birimlerin de görüşlerini alarak etkinliklerin ve hizmetlerin planlanması, faydadan çok zarara neden olabilecek ve öğrenci katılımının da oldukça sınırlı olacağı doğaçlama ya da tesadüfen olarak nitelendirilebilecek etkinliklerin öğrencilere sunulmasından çok daha etkili olacaktır.



Şekil 31. Sunulan hizmetlerin planlanmasında kullanılabilecek yöntemler

Model kapsamında verilecek hizmetlerin planlamasında önerilecek diğer bir yöntem ise “İhtiyaç Analizidir”. İhtiyaç analizi, eğitim ya da sanayi gibi birçok alanda bireysel ve toplumsal ihtiyaçların belirlenmesi ve bunların nasıl karşılanabileceğine ilişkin çözüm önerilerinin üretilmesinde kullanılan bir bilgi toplama sürecidir. Özellikle öğrencilerin eğitim alanındaki ihtiyaçlarını belirlemede yaygın olarak kullanılmaktadır. Eğitimin hangi alanında kullanılırsa kullanılsın ihtiyaç analizi, öğrencilerin eğitim ortamına etkin katılımlarını sağlayacak ve bunun sonucunda öğrenmeyi beraberinde getirecek etkili bir program hazırlamada ve sürdürmede önemli bir role sahiptir (Anonymous, 2000; Akt. Karacaoğlu, 2012; Koçer, 2013). Bu yöntemi kullanarak kariyer merkezleri bilgi toplama sürecinin içeriğini oluşturan “ne isteniyor?” ve “neden isteniyor?” sorularına cevap bulurken, aynı zamanda faaliyetleri planlanmasını sağlayacak “ne yapılabilir?” ve “kim ya da kimler tarafından gerçekleştirilebilir?” sorularını da yanıtlayabileceklerdir. Dolayısıyla merkezler günümüz bilgi çağı gençliğinin ihtiyaçlarına ve kariyer sorunlarına ilişkin en doğru bilgiye ulaşabilecek, onların ilgisini çekebilecek ve katılımlarının yüksek olacağı etkinlikler düzenleyebileceklerdir.

İhtiyaç analizinin sonucunda sunulacak hizmetleri ve gerçekleştirilecek etkinlikleri belirleyen merkezlerin, bunları tüm yılı kapsayacak bir program çerçevesinde öğrencilere basılı sunmaları ya da web sayfasından duyurmaları uygun olacaktır. Ayrıca sanal ortamda da etkinliklerin günü gününe duyurulması kullanılabilecek diğer bir yöntemdir. Genel bir çerçeve planı olarak nitelendirilebilecek bu **yıllık program** öğrencilerin nazarında merkezin imajını da yükseltecektir. Merkezlerin faaliyetlerini gerçekleştirirken uygulamalarının yararlı olacağı düşünülen diğer önemli bir nokta ise, ister geniş katılımlı bir eğitim ya da etkinlik olsun, isterse bireysel kariyer danışmanlığı olsun düzenli olarak **kayıtların tutulmasıdır**. Geniş katılımlı etkinliklerde katılımcıların imzalarının alınması öğrencilerin katılım düzeyini, diğer bir değişle etkinliğin ilgilerini çekip çekmediğini değerlendirmek açısından önem taşımaktadır. Böylece merkez sonraki etkinlikleri için önemli bir veri elde etmiş olacaktır. Bireysel kariyer danışmanlığı sürecinde de, danışanın bilgilerini içeren (ad-soyad, fakülte-yüksekokul, sınıf, gelme nedeni, uygulanan test ve envanterler vb.) **bir form hazırlanarak kullanılması** hem öğrencinin sonraki danışma sürecinde danışmana, hem de öğrencilerin geliş nedenlerine ilişkin olarak merkezi bilgi sağlayacaktır. Aynı zamanda merkezlerin verdikleri eğitimlere, düzenlemiş oldukları etkinliklere ve bireysel kariyer danışmanlığına ilişkin kayıtları düzenli olarak tutmamaları veri tabanlarını oluşturmalarını sağlayacak ve böylece merkezler kendi kurumsal hafızalarını oluşturabileceklerdir. Merkezlerin üst yönetime sunulmak üzere düzenli olarak **yıllık faaliyet raporlarını da hazırlamaları** önemli bir idari etkinliktir. Bu sayede merkezler yoğun bir emek ve çabanın sonucunda gerçekleştirdikleri hizmetleri, üst yönetime sunarak onların ilgisini koruyacak ve desteğini alabileceklerdir. Bu da merkezin devamlılığını, ihtiyaç duyduğu maddi

ve manevi desteğe ulaşmalarını sağlayabilecek bir husus olacaktır. Son olarak merkezlerin sundukları her hizmetten ya da etkinlikten sonra öğrencilerin geri bildirimlerini yani bu etkinlikleri ne düzeyde beğendiklerini ve sunulan etkinliğin gelecekte de tekrarlanıp tekrarlanmamasına ilişkin önerilerini belirtebilecekleri bir **memnuniyet anketi hazırlayıp,** onlardan cevaplamalarını istemeleri uygun olacaktır**.** Bu da merkezlerin kendilerini ve hizmetlerini öğrencilerin bakış açısıyla değerlendirebilmeleri için önemli bir ölçüt sağlayacaktır. Kariyer merkezlerinin düzenledikleri hizmetlerin hemen ardından izlemeleri gereken süreç Şekil 32.'de özetlenmiştir.



Şekil 32. Kariyer merkezlerinin sundukları hizmetler sonrası etkinlikleri

Kariyer merkezinde kaç kişiyle bireysel görüşme yapıldığı, hangi eğitimlerin düzenlendiği ve ne tür faaliyetlerin yapıldığına ilişkin istatistiklerin tutulması, aylık ve yıllık raporların hazırlanması son derece önemlidir. Bu istatistiklerin tutulması ve daha sonra raporlaştırılabilmesi için bazı formlara ihtiyaç vardır. Örneğin bireysel görüşmeye gelen her öğrenci için EK-6'da yer alan İlk Görüşme Formunun doldurulması önerilebilir.

Bu formda görüşmeye gelen öğrencinin Adı Soyadı, Cinsiyeti, Okuduğu Fakülte ve Program, Sınıfı, Telefon ve e-posta bilgileri ile görüşme tarihi ve görüşmeyi yapan danışmanın adı ve soyadı gibi bilgilere yer verilebilir. Formda ayrıca kısaca öğrencinin görüşmeye gelme nedeni, eğitim ve çalışma geçmişi, kariyer hedefleri, yetenek, ilgi, kişilik ve meslek değerleri, dikkate alınması gereken diğer hususlar ile bir sonraki görüşmede yapılması planlanan faaliyetlere yer verilmesi yararlı olur. Böylece, örneğin bir yıl içinde bireysel görüşmeye gelen öğrencilerin

cinsiyet, fakülte ve sınıf dağılımları ile görüşmeye gelme nedenlerine ilişkin istatistikler çıkarılabilir.

Ayrıca kariyer merkezinin bir yıl içinde yürüttüğü tüm faaliyetlerin günü gününe kaydedildiği bir veritabanının olması ileride hazırlanacak faaliyet raporunu da oldukça kolaylaştırır.

Bu raporlar kariyer merkezinden yararlanan kadın ve erkek öğrenciler ile fakülte ve bölümlere ilişkin de istatistikler sunar. Kariyer merkezi elde edilen geribildirimlerden yola çıkarak ileride yürüteceği faaliyetleri düzenleyebilir. Örneğin merkezi yeterince tanımayan fakültelere veya bölümlere öncelik verilebilir.

4.2.8 Merkezin Paydaşları

Üniversite kariyer merkezleri, gerek iç gerek dış paydaşları ile hizmet sunabilecek birimlerdir. Özellikle kamu üniversiteleri için çoklu paydaş yelpazesi başarıyı getirebilir. Genel olarak merkez paydaşları Şekil 33.'de özetlenmektedir.



Şekil 33. Merkezin olası paydaşları

İç paydaşlar, merkez personeli, Fakülte dekanları, MYO müdürleri, öğretim elemanları, öğrenci toplulukları ve mezunlar iken; dış paydaşlar, kamu ve özel istihdam kurumları (özellikle

İŞKUR), işverenler, diğer üniversite kariyer merkezleridir. Gerçekten en azından aynı ildeki, bölgedeki ve mümkünse ülke genelindeki üniversite kariyer merkezi yöneticilerinin dahil olduğu bir on-line platform çok işlevsel olacaktır. Bu platform İsviçre'de yapılandırılmış; hem haberleşme hem de eş zamanlı ve aynı içerikli kariyer etkinliklerinin planlanmasını sağlamıştır. Dolayısıyla öğrenciler diğer kariyer merkezlerinin etkinliklerinden haberdar edilebilmektedir.

Kalkınma Ajansları, Sanayi ve Ticaret Odası ve diğer Kamu kuruluşları da dış paydaş olarak düşünülebilir. Öte yandan bir üniversite kariyer merkezinin Üniversitenin bazı birimleriyle irtibatının güçlü olması da bir gerekliliktir. Örneğin Kalite Koordinatörlüğü, Sağlık, Spor ve Kültür Daire Başkanlığı, Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı, Mezunlar Ofisi, Bilgi İşlem Daire Başkanlığı gibi birimler pek çok hizmetin planlanması ve sunumunda merkeze katkı sunma ya da rehberlik etme potansiyeline sahiptir. Bilhassa dış paydaşların (işverenler gibi) sponsorluk sağlayarak merkezi güçlendirmesi oldukça yararlı olabilir.

İzleyen bölümde, sözü edilen bu paydaşlardan göreli önemi yüksek bulunan birkaçına değinilmektedir.

A) İŞKUR

Özellikle Devlet üniversitelerindeki personel yetersizliği göz önüne alındığında kariyer merkezini desteklemek üzere en büyük katkıyı yapması muhtemel dış paydaşın İŞKUR olduğu açıktır. Pek çok üniversitede hali hazırda var olan İŞKUR Hizmet Biriminin bütün üniversitelerde yaygınlaştırılması ve en azından haftada bir gün görevlendirilmiş bir iş ve meslek danışmanının bu birimde çalışması son derece faydalıdır. Gerek öğrencilere bireysel kariyer danışmanlığı hizmeti sunmak gerekse açık iş ve staj fırsatlarından haberdar ederek başvuru sahiplerini yararlandırmak açısından bu birimin rolü önemlidir. Bu iş ve meslek danışmanları merkezin işverenlerle ilişkilerini güçlendirme ve kariyer etkinlikleri planlama açısından da destek sağlayacaktır. Benzer şekilde merkez bünyesinde planlanan eğitimler, seminerler ve konferansların düzenlenmesi sürecinde de aktif rol üstlenebilirler. Konuşmacı ve eğitmen temini kadar işgücü piyasası hakkında şahsen yapacakları bilgilendirme toplantıları ilgi çekici olacaktır. Öte yandan 'iş kulüpleri' gibi İŞKUR projelerinin üniversite öğrencilerinin katılımına sunulması da mümkün olabilecektir.

Sektörde çalışan kişileri derslere konuk etme ya da 'markalı ders' benzeri programları oluşturma sürecinde de hem planlama hem de gerçekleştirme ve izleme açısından bu kişiler sorumluluk üstlenebilirler. İş arama becerileri, mülakat becerileri, CV yazımı gibi temel konularda küçük gruplara sunum yapmaları da planlanabilir.

Tıpkı Merkezde görevli kariyer danışmanları gibi, İŞKUR elemanları da irtibat bürosuna geldikleri gün ya da günlerde, sektör, işverenler, stajlar, açık işler hakkında öğrencilere bilgilendirme yapabilirler. Danışanın kendini tanıması ve işlevsel bir kariyer planı oluşturabilmesi için İŞKUR veri tabanındaki test ve envanterleri uygulayabilirler ve sonuçlar hakkında geri bildirim verebilirler.

Bunların ötesinde, yasalar, sosyal güvenlik sistemi ve diğer kanuni uygulamalar hakkında da bilgi sahibi olmaları önemli bir avantajdır. Staj sürecinin yasal dayanakları gibi merkez personelin görece yetersiz kaldığı sorulara kolaylıkla yanıt verebilirler.

Öğrencileri iş kadar yüksek lisans eğitimleri veya bireysel gelişim eğitimleri hakkında da bilgilendirebilirler. Girişimcilik potansiyel ve eğilimi olduğunu tespit ettikleri danışanları KOSGEB gibi ilgili kurum ve kuruluşlara yönlendirebilirler.

İşgücü piyasasının değişen dinamikleri, yeni iş kolları ve meslekler gibi konulardaki bilgileri sunmaları, tecrübesiz yeni mezunlar için özellikle faydalı olabilir.

Son olarak öğrenciler İŞKUR hizmet binalarına gitmeden kampüs içindeki hizmet biriminde İŞKUR'a kaydolabilir, açık işlerden haberdar olabilir, uygun işlere yönlendirilebilirler.

Ancak üniversite kariyer merkezlerinin İŞKUR İl Müdürlüğü ile irtibata geçilerek kampüs içindeki İŞKUR hizmet birimine atanacak İş ve Meslek Danışmanlarının sosyal, girişken, seminer verebilecek, hitabet gücü gelişmiş, dinamik, gençlerle etkili iletişim kurabilen, ilgili ve istekli bireyler arasından seçilmesini talep etmesinde yarar vardır. Aksi takdirde pasif, işini sevmeyen, odasından çıkmayan iş ve meslek danışmanlarının etkisinin sınırlı olacağı unutulmamalıdır.

B) İŞVERENLER

İşverenler, yeni mezun olan ya da mezuniyete yaklaşan öğrenciler bakımından merkezin belki de en mühim paydaşıdır. Kariyer merkezinin birincil amacının mezun istihdamını arttırmak olduğu hatırlanırsa, firma portföyü genişledikçe öğrencilerin yönlendirilebilecekleri pozisyon miktarının da artacağı açıktır. İşverenler de kendi ölçütlerini karşılayan aday çalışanların peşindedirler. Bu anlamda kariyer merkezi ile işverenler arasında sağlanacak işbirliğinin her iki taraf için de olumlu getirileri olacağı söylenebilir. Üniversite müfredatının işveren talepleri gözetilerek güncellenmesi, markalı dersler programlarının yürütülmesi, uzun süreli stajyerlik uygulamaları ancak bu işbirliği sayesinde mümkün olabilmektedir.

Örneğin, kampüste işe alım etkinlikleri, mülakat benzeşimleri (mock interview), sektörden ilginç bilgilerin aktarıldığı seminerler, sanal staj uygulamaları, atölye stajı, başarı/başarısızlık öyküsü paylaşım toplantıları için işveren desteği son derece kritiktir. Aynı şekilde kariyer fuarları

işverenlerle işbirliğinin bir sonucudur. CO-OP benzeri sistemlerin uygulanabilmesi için de üniversite-işveren protokolüne ihtiyaç vardır. Bu bağlamda işverenlerin merkezle tesis edecekleri ortak çalışma anlaşmaları çağa özgü öğrenci beklentilerini karşılamanın bir yolu olarak belirginleşmektedir.

Yeni nesil öğrencilerin bilhassa ilgisini çeken sosyal ağ buluşmaları, gece etkinlikleri, kariyer portföyü hazırlama yarışmaları, Öğrenci temsilcileri programı, yılın stajyer öğrencisi ödülü gibi etkinlikler hem lojistik hem de maddi bakımdan işverenlerin desteğiyle gerçekleştirilebilecek ve öğrencileri olumlu etkileyecek faaliyetlerdir. Örneğin etkinlikler sırasında firma tarafından üstlenilecek ikram maliyetleri merkezi rahatlatacak, öğrencileri mutlu edecektir. Küçük promosyon anı hediyelerinin dağıtılmasının öğrencileri memnun ettiği, dolayısıyla etkinlikten sağlanan doyumu arttırdığı gözlenmiştir.

İşverenlerden alınan bağışlar kamu üniversitelerinde bütçesi olmayan kariyer merkezleri için döner sermaye üzerinden aktarılabilecek bir maddi kaynak yaratma bakımından da önemli olacaktır. Yurt dışındaki üniversitelerde, ‘bronz’, ‘gümüş’ ve ‘altın’ üyelikle ödüllendirme gibi uygulamalar, kamu üniversiteleri için sembolik törenler olarak işverenlere bir teşekkür mahiyetinde düzenlenebilir.

C) MEZUNLAR VE MEZUNLAR DERNEĞİ

Mezunlar her ne kadar üniversite kariyer merkezlerinin son derece önemli bir paydaşıysa da onları üniversite ile bağlantı içerisinde tutmak sanıldığından çok daha zordur. O nedenle, model, mezunların katkısını temin etme amacıyla mezun etkileşimini önemsemektedir. Açıkçası, burada Kariyer Merkezleri için bir vizyon değişikliği önerisi söz konusudur. Mezunlar için bir şeyler yapma” fikrinden ziyade “mezunların desteğiyle öğrenciler için bir şeyler yapma” fikrine doğru bir devinim öngörülmektedir. Mezunlar için yapılacak etkinlikler, Kariyer Merkezi yerine Mezunlar Ofisinin uhdesine bırakılmalıdır. Dolayısıyla kariyer merkezi modeli, mezunlarla işbirliği için üniversite bünyesinde mevcut bilgi sistemine erişme imkanına sahip olmalıdır. İhtiyaç olduğunda Mezunlar Ofisi ve Mezunlar Derneği ya da Dernekleriyle etkileşim içinde olmalıdırlar. Ancak mezunlar için sunulacak hizmetler, merkezin birincil sorumluluğu olmamalıdır.

Üniversite Kariyer Merkezi, mezun-öğrenci etkileşim için geliştireceği önerileri uygulamada karar ve uygulama esnekliğine sahip olmalıdır. Bu faaliyetler, Şekil 34’de özetlenmiştir.



Şekil 34. Mezun-öğrenci etkileşim örnekleri

Mezunlar Derneğinin üniversite kariyer merkezine destek olabileceği alanlar da şu şekilde ifade edilebilir:

1. Kariyer Fuarları için stand kurma maliyetlerine maddi destek sağlamaları,
2. Eğitim ya da konferans etkinliklerinde konuk konuşmacı ya da eğitimcilerin masraflarının karşılanması ve ağırlanmasına destek vermeleri,
3. İş ve staj fırsatı yaratmada mezunlarla merkez arasında köprü olmaları,
4. Öğrencilere burs vermeleri.

D) ÜNİVERSİTE İÇİ BİRİMLER

Üniversitenin diğer birimleri de kariyer merkezi için son derece önemli paydaşlardır. Bilhassa, kariyer merkezlerinde yaşanan personel yetersizliği nedeniyle, çağın belki de en önemli aracı olan teknolojinin kullanımı, web sayfası tasarımından, içerik güncellemeye ve paydaş erişimine açık portal oluşturma ve takip etmeye kadar pek çok bilgisayar temelli süreci gerçekleştirmede sıkıntılar söz konusudur. O nedenle, merkezin iç organizasyon yapısında öngörülen *teknik*

destek ve tanıtım sorumlusu olarak eleman temini mümkün olamadığında, ***Bilgi İşlem Daire Başkanlığından*** destek alınmasında yarar vardır. Bilindiği gibi web sayfası merkezin tanınırlığı bakımdan kullanılabilecek en önemli araçtır. Güncel etkinliklere ilişkin duyurular, staj ya da kısmi zamanlı iş fırsatlarının duyurulması, etkinlik takviminin paylaşılması, hazırlanan dokümanların erişime açılması gibi hususlar son derece önemlidir. Örneğin web sayfasından mesaj yollama fırsatı veren bir ara yüz yazılımı hem öğrenciler hem de merkez personeli için son derece istenir bir seçenektir ve ne yazık ki çoğu merkez web sayfası bu imkândan yoksundur. Bu ve benzeri teknik uygulamaların portala eklenebilmesi yazılım konusunda yetkin kişilerin desteğini gerektirmektedir. Veri güvenliğinin sağlanması da yine söz konusu daire başkanlığının temin edeceği bir hizmettir. Öngörülen 'kariyer portalı' da öğrenci-firma ve merkez etkileşimi için kritiktir ve özel bir yazılım ile takip gerektirmektedir.

Öğrencilere ulaşmak bir kariyer merkezi için yaşamsaldır. Bazen tüm öğrencilere ama bazen de sadece belli fakültelerin ya da bölümlerin öğrencilerine ulaşmak gerektiğinde merkeze teknik destek sunacak iç paydaş, ***Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı*** olacaktır. Hem lisans hem de yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin iletişim bilgilerine erişilebilmesi, düzenlenen etkinliklerin duyurulması ya da üniversiteden talep edilen stajyer öğrenci temini için elzemdir.

Tanınırlık faaliyetlerinin önemli bir kısmı afiş, broşür, kariyer rehberi gibi yazılı materyallerin hazırlanarak öğrencilere dağıtımı ile gerçekleşmektedir. Bu malzemelerin tasarımı ve basımı, web sayfasında yer verilebilecek fotoğraf ya da video çekiminin gerçekleştirilmesi, işverenlere iletilmek üzere hazırlanacak davet dokümanlarının basılması, bireysel danışmanlık sürecinde yüz yüze görüşme esnasında kullanılacak test ve envanterlerin çoğaltılması için ***Halkla İlişkiler Birimi*** ve ***Matbaa*** ile merkez yakın temas içerisinde olmalıdır. Amatör olmak yerine profesyonel tasarım ve çekimlerin, üniversite kariyer merkezinin marka değerini güçlendireceği düşünüldüğünde bu birimlerle kurulacak işbirliğinin önemi daha da iyi anlaşılır.

Kariyer merkezinin kısa ve uzun erimli hedeflerinin belirlenmesi, stratejik eylem planının hazırlanması, uygulamalarının takibi gibi konularda da danışmanlık almak üzere başvurulacak birim ***Kalite Koordinatörlüğü***dür. Bu birimle yapılacak işbirliği planlamanın başarılı, kalite ölçütlerini karşılar nitelikte olmasını sağlayacaktır.

Kariyer merkezinin bir diğer önemli paydaşı, ***Sağlık, Kültür ve Spor Daire Başkanlığı***'dır. Öğrenci topluluklarıyla irtibatın sağlanması, planlanan faaliyetlerin amaca ve ihtiyaçlara uygun biçimde gerçekleştirilmesine kadar pek çok alanda anılan daire başkanlığının desteğine ihtiyaç vardır. Öğrenci toplulukları da doğrudan hedef kitleyi temsil etmekle merkezin önemli paydaşları arasındadır. Öte yandan, yarı zamanlı çalışan öğrencilerin temini de bu daire başkanlığı aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Daha önce söz edildiği gibi, mezunlar da merkezin önemli bir paydaşıdır. Düzenlenecek etkinlikler ya da potansiyel işveren olan mezunlardan staj fırsatı talep edebilmek için mezun portalından yararlanabilmek gereklidir. Bu açıdan ***Mezunlar Ofisi***, kariyer merkezinin işbirliği içinde olması gereken bir diğer üniversite birimidir.

4.2.9 Tanınırlık Faaliyetleri

Kuşkusuz, iyi yapılandırılmış bir üniversite kariyer merkezi öğrencilerin dikkatini çekebildiği yani cazibe merkezi olabildiği ölçüde başarılı olur. O nedenle, tanınırlık faaliyetleri de kariyer merkezi modelinin önemli bileşenlerinden biri olmalıdır. Şekil 35, geleneksel tanıtım ve farkındalık yaratma araçlarını içermektedir. Bilgi çağının gençleri, zaman ve çaba harcadıkları işlerden bir kazanım elde edemeyeceklerini düşündüklerinde o etkinliğe ilgisiz kalabilmektedirler. Dolayısıyla ilgiyi çekmek kadar, bu ilgiyi canlı tutmak da çok önemlidir. O nedenle en az yılda bir kez, kariyer merkezinin 'kapısı herkese açık' (open-house) etkinlikler düzenlemesi yenilikçi bir fikirdir (Vespia vd.; 2018). Bu tür etkinlikler hem merkezin tanınırlığını arttırması hem de öğrencileri merkeze ısındırması bakımından önemlidir. İlgiyi sürekli hale getirmek için sunulan hizmetlerin faydalı olduğuna dair öğrenciler arası bilgi paylaşımları da çok önemlidir.

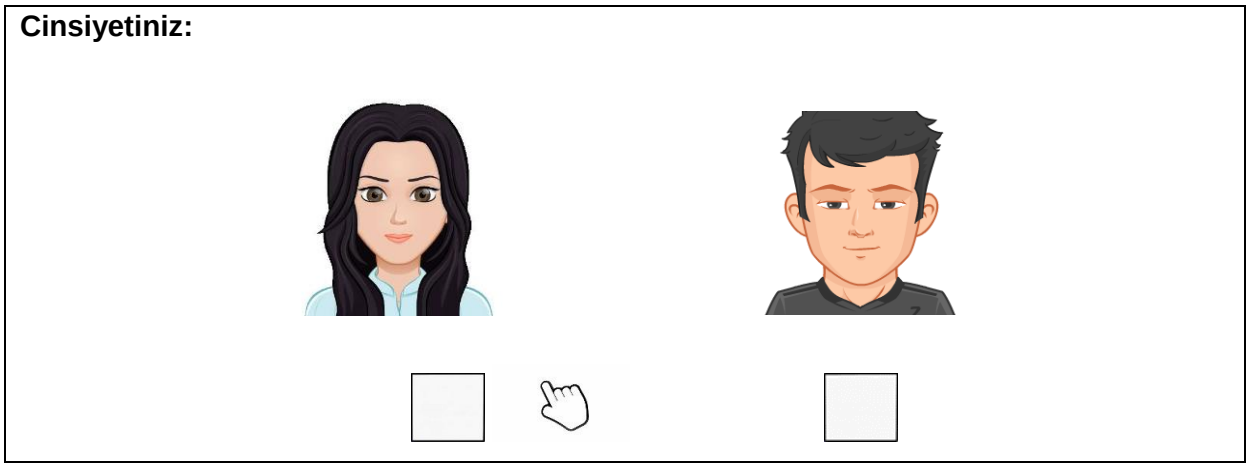


Şekil 35. Tanınırlık sağlama araçları

Yaratıcı pazarlama stratejileri de yeni nesil mezun adayların merkezi ziyaretine olumlu yansıyacaktır. Alışılageldik promosyon ürünleri dağıtma gibi alternatiflerin geçmişe kıyasla etkisinin zayıfladığına ilişkin alan yazın bulguları gittikçe çoğalmaktadır. Bedava kalem, broşür, iş arama kılavuzu dağıtılması anlamını yitirmiştir. O nedenle merkez yaratıcı uygulamalar geliştirmelidir. Vespia vd'nin (2018) verdiği bir örnek kanımızca oldukça ilginçtir: "*Patlamış mısır kokusuyla öğrencileri Merkeze çekmek!*". Bir üniversite kariyer merkezi eski bir 'pop-corn' makinasını satın almış, haftada bir gün öğleden sonra patlamış mısır dağıtmıştır. Bunu duyarak gelen öğrencilere merkezi gezdirmişler ve etkinliklerini anlatmışlardır. Merkeze başvuru ve etkinliklere ilgide hatırı sayılır bir artış olduğu bildirilmektedir. Benzer uygulamalar devlet üniversitelerinin kariyer merkezleri için de düşünülebilir. Görece maddi imkanları daha geniş olan gelişmiş vakıf üniversitelerinin öğrencilerinde bile işe yarayan bu tür uygulamalar devlet üniversitesi öğrencileri için ilgi çekici ve onları mutlu eden jestler olarak düşünülebilir.

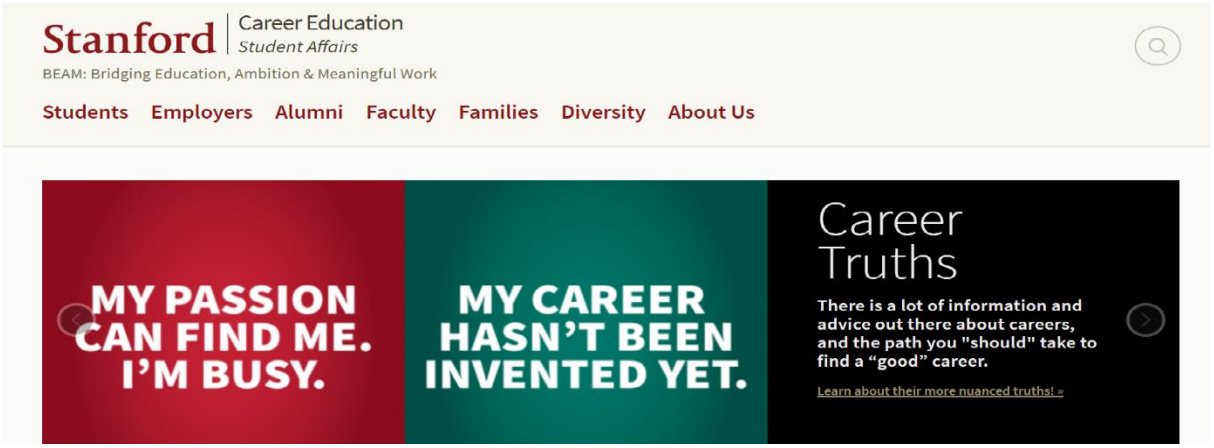
Belirtmek gerekir ki geleneksel yöntemler arasında bulunan web sayfası, günümüzde tanıtım faaliyeti için belki de en kritik ve güçlü bileşen haline dönüşmüştür. Merkezin web sayfasının tasarımı ve içeriği kadar, görünürlüğü de önemlidir. Arama motorunda ve üniversite ana sayfasından yapılan aramalarda, merkez web sayfasının ilk sıralarda ekrana gelmesi görünürlüğün kayda değer bir göstergesi olacaktır. Web içeriği, merkez tanıtımına ilaveten, etkinlik takvimleri, bireysel görüşme randevusu talep etme, on-line sohbet imkanı, CV sihirbazı gibi etkileşimli sürece müsaade edecek bir altyapıya da sahip olmalıdır ve mutlaka güncellenmelidir.

O halde web sayfası tasarımı ve içeriğine özel bir önem verilmesi gereği açıktır. İnteraktif işlemlere izin veren bir web sayfası günümüzün gençlerinin ilgisini daha çok çekecektir. Avatarlar aracılığıyla özgün bir yapı kazandırılırsa site, gamification (oyunlaştırma) odaklı gençler için çok daha cazip hale gelebilir (Bkz. Resim1):

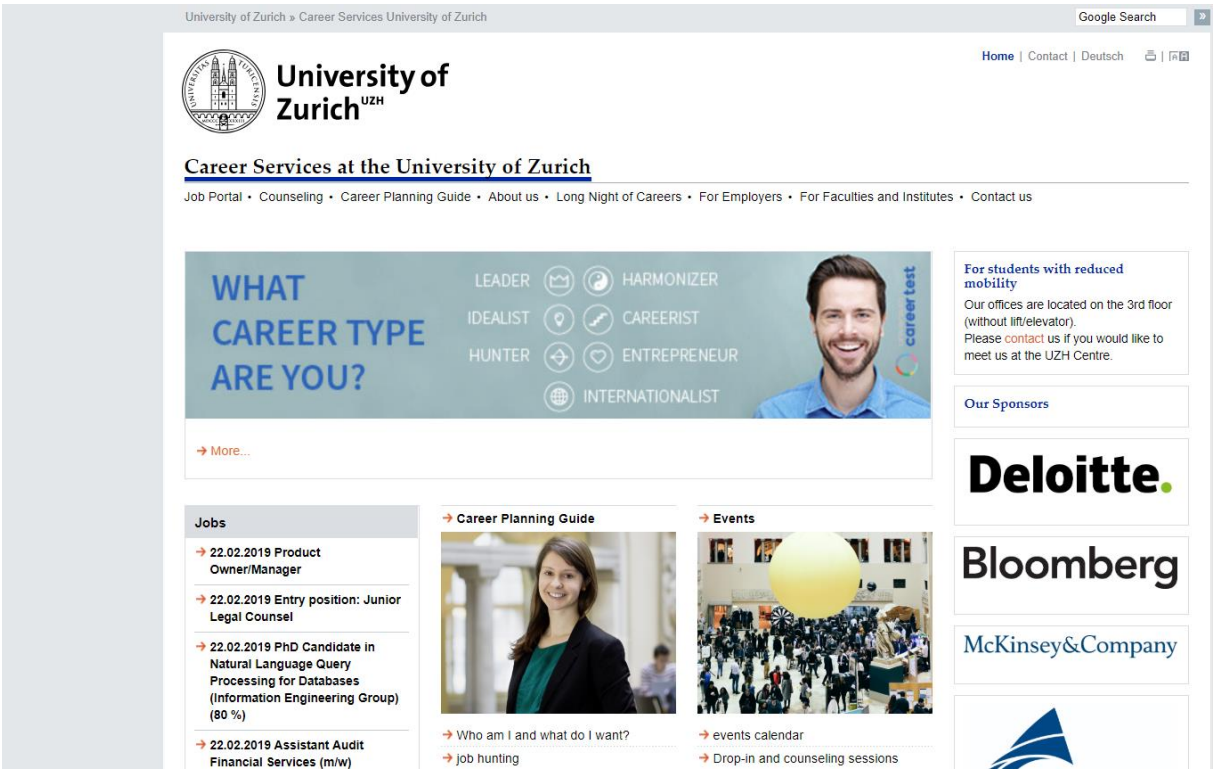


Resim 1. Randevu talebi giriş ekranı önerisi

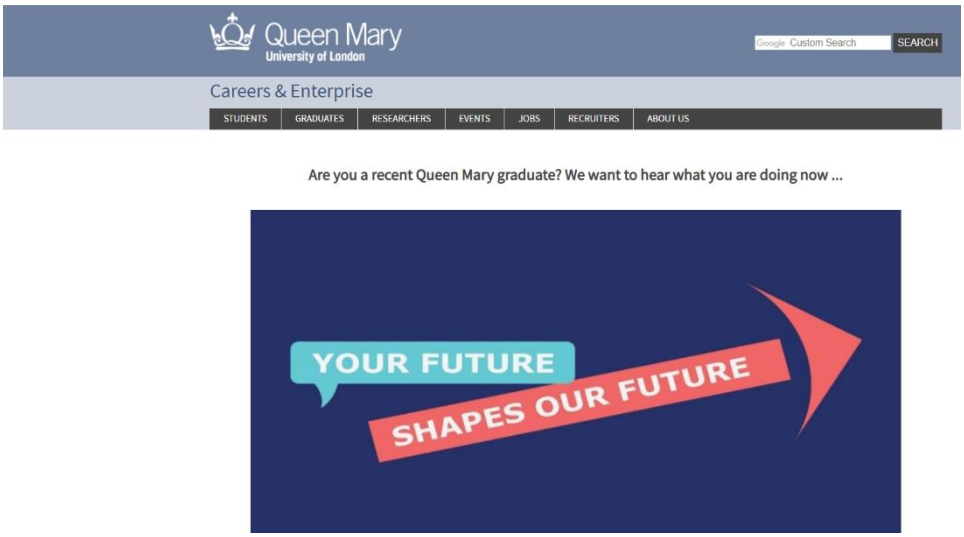
Renkli, fotoğraflarla zenginleştirilmiş içerikler web sayfasına giren öğrencilerin ilgisini canlı tutacaktır. Kısa ve akılda kalıcı sloganlar ile kariyer planlama desteği ve staj gibi fırsatların çarpıcı kılınması da pek çok merkezin web sayfasında gözlenen bir uygulamadır. Merak uyandıran sorularla merkeze davet edilen öğrenciler için eğlenceli testler kullanılarak da web sayfası canlı tutulabilir.



Resim 2. Stanford Üniversitesi kariyer merkezi web sayfası görünümü

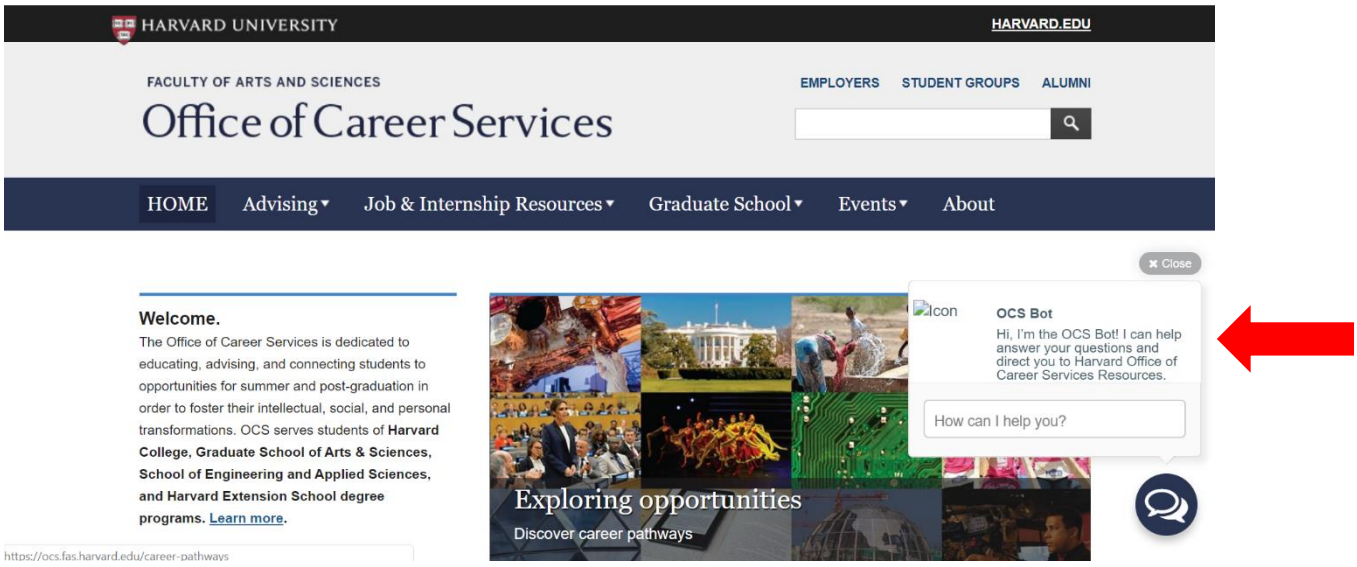


Resim 3. Zürih UZH Üniversitesi kariyer merkezi web sayfası görünümü



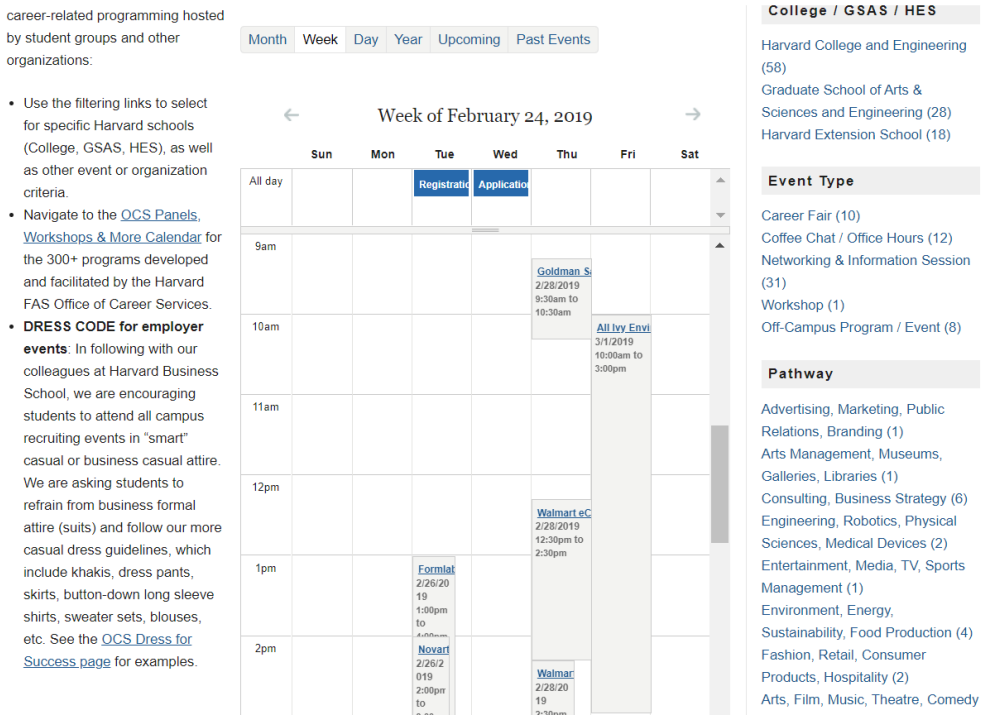
Resim 4. Quinn Mary Üniversitesi kariyer merkezi web sayfası görünümü

İnteraktif web sayfalarının çok daha ilgi çektiği ve güven duygusu yarattığı düşünülmektedir. Örneğin, Resim 5'de yer alan Harvard Üniversitesi Kariyer Ofisinin web sayfasına girer girmez, "***Size nasıl yardım edebilirim?***" diye soran bir kutucuğun açılması çağın beklentilerini karşılar bir web sayfasına örnek verilebilir.

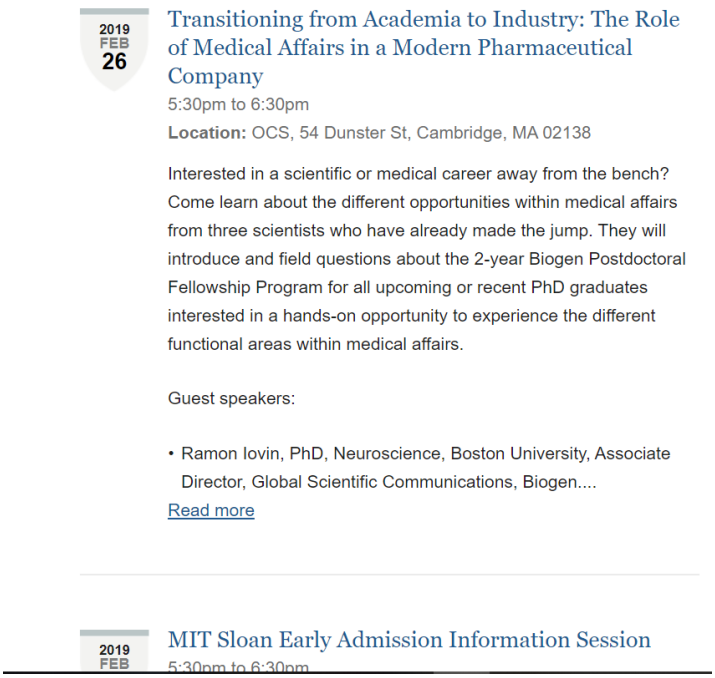


Resim 5. Harvard Üniversitesi kariyer ofisi web sayfası

Web sayfasında etkinlik takviminin paylaşılması ve kısa tanıtıcı bilgi de sunulması katılımı arttırıcı bir uygulama olacaktır:



Resim 6. Harvard Üniversitesi kariyer ofisi etkinlik takvimi



Resim 7. Harvard Üniversitesi Kariyer Ofisi Etkinlik Tanıtım Yazısı

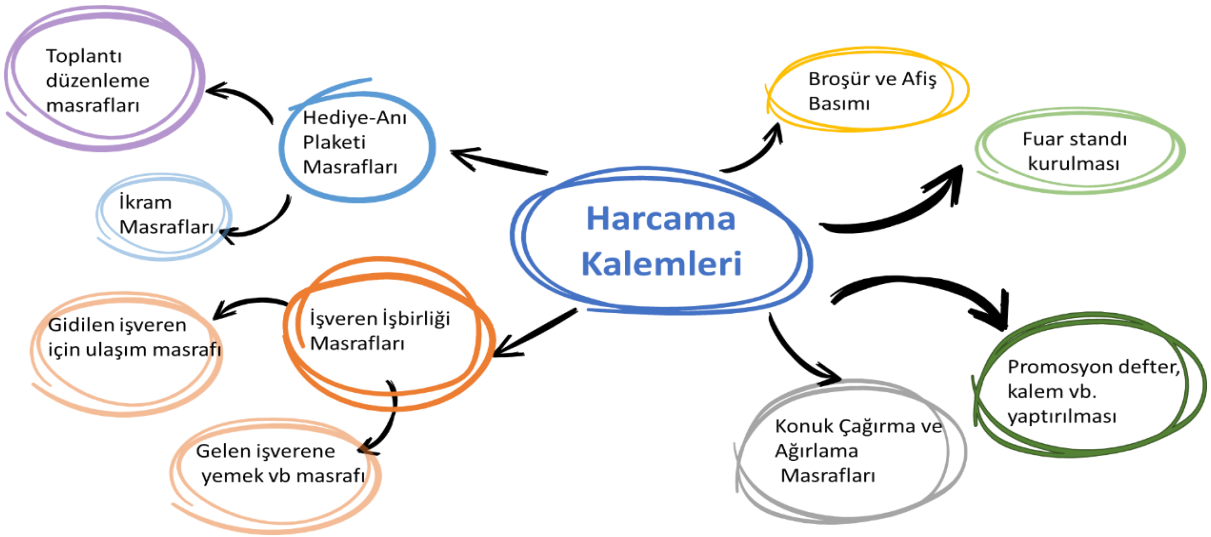
Merkez web sayfasında yer alması uygun olacak ana başlıklar, şu şekilde özetlenebilir:

1. Hakkımızda
2. Haber Ve Etkinlikler
3. Staj Fırsatları
4. İş İlanları
5. Kariyer Danışmanlığı
6. Kariyer Planlama Rehberi (Dokumanlar)
7. İletişim

Ayrıca öğrencilerin ve firmaların başvuru yapabilecekleri bir ara yüz bulunması önerilen ‘Kariyer Portalına’ veri girişini de eş zamanlı sağlayabilir.

4.2.10 Finansal Konular

Üniversite kariyer merkezinin kurulması ve faaliyet gösterebilmesi için finansal destek son derece önemlidir. O nedenle merkezin kurulması ve misyon ve vizyona uygun işleyebilmesi için hangi harcamaların olacağı, maliyetin ne kadar olduğu ayrıntılı şekilde belirlenmelidir. ***Harcama kalemlerinin somutlaştırılması*** ilk adım olarak önerilebilir. Kariyer merkezinin maddi kaynağa ihtiyaç duyduğu olası iş kalemleri Şekil 36.'da sunulmuştur:



Şekil 36. Kariyer Merkezi harcama kalemleri

Kariyer merkezi yönetimi, yıllık stratejik planlamasında işveren ziyareti, kariyer fuarı, işveren katılımlı etkinlikler, sosyal ağı genişletmek için yapılacak faaliyetler, eğitimler vb. için makul harcama kalemi tanımlaması yapmalıdırlar. Kariyer merkezlerine üniversite bütçesinden tahsis edilmiş bir ***bütçe olmaması nedeniyle***, kariyer merkezleri hibe projeleri, sponsorluk veya araştırma projeleri geliştirerek kendi bütçelerini güçlendirme amaçlı faaliyetlere girişebilirler. Zira üniversite üst yönetimi, ülkemizde, pek çok hizmet biriminden olduğu gibi, kariyer merkezinin de kendi kaynağını yaratmasını önemsemekte ve beklemektedir. O nedenle, ***döner sermaye üzerinden merkeze tanımlanmış bir hesap oluşturulması*** alternatif bir çözüm olabilir. Yürütülen projelerin maddi ödemeleri, kariyer fuarlarında kiralanan stand ücretleri, işveren ve mezunların bağışları ya da faaliyetler için temin edilen firma sponsorluk ödemeleri bu hesaba yatırılarak, en azından belli bir oranı Strateji Daire Başkanlığı kontrolünde, doğrudan merkezin geliri olarak merkez yönetiminin kullanması için serbest bırakılabilir.

Unutmamak gerekir ki üniversite kariyer merkezleri kariyer faaliyetlerini yürütebilmek için belli bir maddi kaynağa ihtiyaç duyarlar. Her ne kadar bürokratik süreçler işletilerek, ilgili birim yönetiminden resmi yazı aracılığıyla kırtasiye ve sarf malzemesi temini, ağırlama masraflarının karşılanması, afiş ve broşür basımının gerçekleştirilmesi, etkinliklere katılan davetli konuşmacı ya da eğitmenlere anı plaketi ya da hediyesi temin edilmesi veya ulaşım desteği (benzin ve/veya araç) sağlanması gibi talepler karşılanabilmekteyse de, bağımsız düşük miktarlı bir bütçenin ***uzun resmi yazışma prosedürünün dezavantajlarından*** uzaklaşmayı ve merkeze bir esneklik yaratmayı sağlayacaktır.

Örneğin danışmanlık için merkeze gelen öğrencilere çay ya da kahve ikramı, merkez amblemli bir kalem ya da not defteri takdimi, amblemli bir anahtarlık, USB (taşınır bellek), hatta kupa gibi merkezi çağrıştıran hediyelik eşyaların verilmesi hem merkezin tanınırlığını arttırır hem de öğrencilerin memnuniyet düzeyini yükseltebilir. Diğer yandan haberli ya da habersiz merkezi ziyaret eden firma temsilcilerinin ağırlanması ya da alınan davet üzerine firma ziyareti ulaşım masraflarının karşılanması için resmi yazışma sürecinin işletilmesi mümkün değildir. Böylesi hallerde, merkez müdürünün masrafları kendi şahsi bütçesinden karşılaması kurumsallık idealini ihlal etmekte; merkezin faaliyetlerini bir anlamda yöneticinin inisiyatifine terk etme riski taşımaktadır. Merkez yöneticisinin, alanında uzman bir konuşmacıyı davet etmeyi planlaması da yine bütçe kısıtlılıkları nedeniyle gerçekleşememe ihtimaliyle karşı karşıyadır. O nedenle, kariyer merkezi için ***bağımsız bütçe*** tanımlanması için yasal düzenlemenin yapılması ve olabildiğince sürecin kolaylaştırılması gerekmektedir.

Aksi halde üniversite kariyer merkezi her türlü faaliyeti için Rektörlüğe bağımlı kalacaktır. Yasal mevzuatta merkez için bir bütçe kalemi tanımlanması en kalıcı çözüm gibi görünmektedir. Bu hedefe erişildiğinde, TÜBİTAK bursları, Kalkınma Ajansı destekleri veya Avrupa Birliği destekli projelerden gelecek kaynaklarla, merkezin sınırlı sayıdaki personeline destek olma amaçlı, geçici istihdamla dışardan kariyer danışmanı, bilişim teknolojisi uzmanı, insan kaynakları uzmanı istihdam edilerek merkez faaliyetleri güçlendirilebilir.

Özetle, mevcut koşullarda kariyer merkezlerinin bağımsız bütçelerinin bulunmaması en önemli sorun olarak tespit edilmiştir. O nedenle modelin temel önerisi, üniversite kariyer merkezlerine **bağımsız bütçe** verilmesidir.

Çözüm Yöntemleri

Bağımsız bütçesi olan bir Kariyer merkezi, belgeli harcamalar yapmak suretiyle hedeflediği etkinlikleri gerçekleştirecektir. Şekil 37.'de verilen hali hazırdaki çözüm yollarının ne yazık ki yetersiz kaldığına ilişkin araştırma bulguları, maddi esnekliğin önemini daha da belirginleştirmektedir.



Şekil 37. Merkez için temel kaynak yaratma araçları

4.3 ÇOK YERLEŞKELİ ÜNİVERSİTELER İÇİN KARİYER MERKEZİ MODELİ

Çok yerleşkeli üniversitelerin iki ya da daha fazla yerleşkesi bulunmaktadır ve genellikle bu kampüsler birbirinden coğrafik olarak uzak bölgelerde kurulmuştur. Ankara Üniversitesi bu duruma örnek verilebilir. Cebeci Yerleşkesi, Tandoğan Yerleşkesi, Dışkapı Yerleşkesi ve Gölbaşı Yerleşkesi ile ilçelerde bulunan meslek yüksekokulları bir birinden uzak mesafededir. Bu durum genellikle fakültelerinin kuruluş tarihi üniversitenin kuruluşundan daha eski olan üniversitelerde söz konusudur. Avrupa'daki pek çok kent üniversitesi gibi Türkiye'deki pek çok üniversitenin de birden çok yerleşkesinin olduğu bilinmektedir. Bir birinden uzak olsalar da, yerleşkelerin her biri aynı üst sistem tarafından yönetilmektedir. Her yerleşke kendi içinde ayrı bir koordinasyon süreci içerir; belirlenmiş alanlarda eğitim sunulur, etkinlikler düzenlenir.

Genellikle her yerleşke "özgün bir kimlik" taşır. Mesela "Sosyal Bilimler Kampüsü", "Mühendislik ve Fen Bilimleri Kampüsü" ya da "Güzel Sanatlar Kampüsü" gibi konuya özel bir görünüm taşırlar. Diğer bir ifadeyle her yerleşkede görece bir "uzmanlaşma" hakimdir. Bir üst yapı altında bulunsalar da fakülteler, kendi özgün gereksinimleri çerçevesinde bulundukları bağlamla uyumlu bir profil tesis edebilmektedirler. Üstelik bunu yaparken, hem akademik hem de idari bakımdan üniversitenin kaynaklarını paylaşmak durumundadırlar (Pinheiro ve Berg, 2017). Ancak bu öngörülen paylaşımda 'adaletsizlik' algısı oluştuğunda, eşitsizlikle karşı karşıya olduklarını hissettiklerinde umulmadık çatışma ve sorunlar ortaya çıkabilir. O nedenle, etkinlikler için koordinasyon süreci çok yerleşkeli üniversiteler için çok daha kritik bir anlam taşımaktadır.

Kariyer merkezi, her kampüsün kendine özgü gereksinimlerinin farkında olmalı ve bu ihtiyaçlara duyarlı olmalıdır. Kariyer fuarları ya da etkinlikleri sadece bir yerleşkenin öğrencileri düşünülerek değil, her bir fakülte ve programın ihtiyaçları gözetilerek tasarlanmalıdır. Bunu başarabilmek için de kampüs temsilcileri, öğrenci toplulukları ve sektörle yakın ilişki içinde olmak göz ardı edilmemelidir.

Üniversitenin bulunduğu ilin coğrafi koşulları veya üniversitenin zaman içinde büyüme ihtiyacına cevap verecek arazisinin yetersiz kalması, çok kampüslü üniversitelerin günümüzde çoğalmasına neden olmaktadır. Her kampüsteki öğrencilerin üniversitenin sunduğu hizmet ve fırsatlardan yararlanmada 'eşit imkana sahip olması' bu yapılanmanın en önemli meselesidir. Kariyer merkezi tarafından yürütülen etkinlikler de bu kapsamda değerlendirilmelidir. Öte yandan üniversite bünyesindeki Meslek Yüksek Okulları bilhassa büyük şehir

üniversitelerinde, şehir merkezinden uzak ilçelerde yer alabilmektedir ve bu öğrenciler için stratejik bazı düzenlemeler yapılması zorunludur.

En önemli sorun, düzenlenecek aktiviteler ve sunulacak hizmetlerin koordinasyonu ve yönetimi açısından coğrafi uzaklıktır. Farklı bölgelerde bulunan okulların mezunları için hedef işverenlerin de değişmesi bu birimlerden sorumlu yöneticiler ile kariyer merkezi yönetimi arasında çok daha güçlü bir etkileşim kurulmasını zorunlu kılmaktadır. Çünkü periferde kalan okullar çoğu zaman meslekle ilgili eğitim hedeflerine odaklanmakta; işgücü piyasasının beklentilerine sahip mezun yetiştirmek için kariyer merkezi ile işbirliği yapmayı nadiren öncelemektedir.

4.3.1 Model

Tek yerleşkeli üniversiteler için Kariyer Merkezi Modeli bölümünde tasarlanan yapı çok yerleşkeli üniversiteler için de temel olmalıdır. Diğer bir ifadeyle, üniversitenin merkez kampüsüne ya da şehir içinde öğrencilerin en kolay erişebildiği kampüs içerisinde, “Ana Kariyer Merkezi” kurulduktan sonra, diğer yerleşkelerdeki gereksinimlere odaklanan ilave bir işleyiş şeması takip edilmelidir. Bu bağlamda, sistem olası iki ayrı seçenekli olarak yürütülebilir:

a. Her Yerleşkede Kariyer Merkezi İrtibat Ofisi Açılması

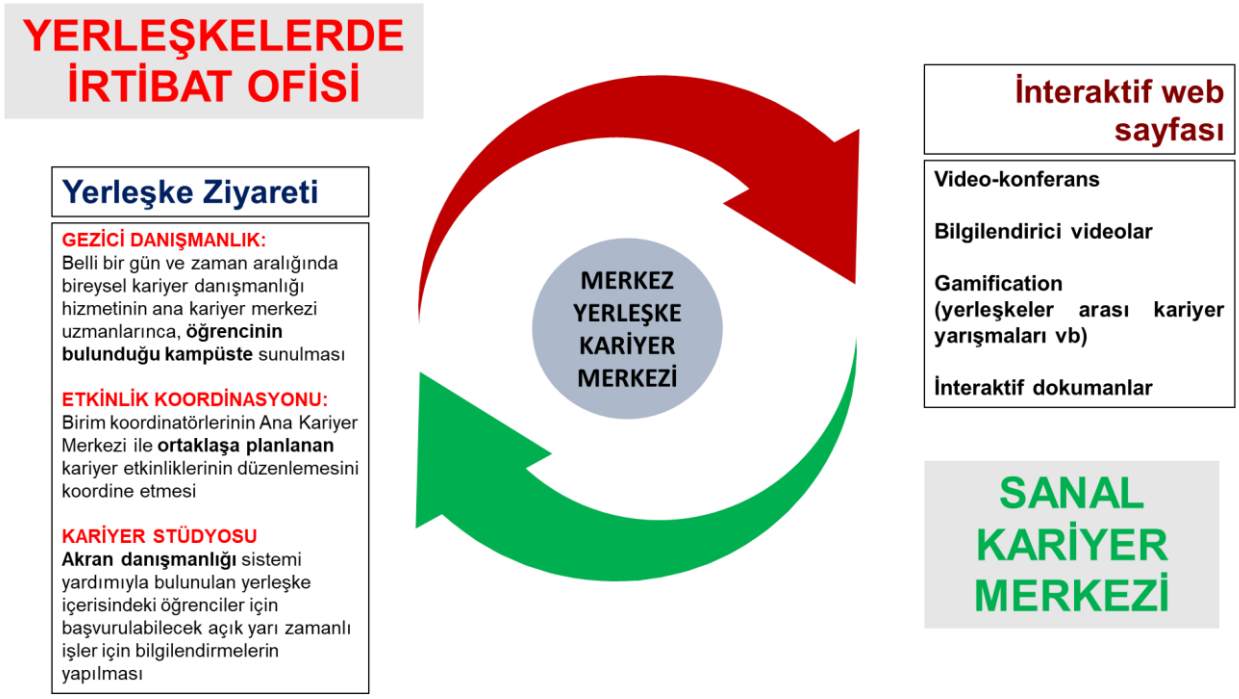
b. Sanal Kariyer Merkezi Uygulamaları

Açıkçası, büyük üniversiteler için her kampüste, öğrencilerin kolay ulaşabileceği tek odadan ibaret bir ofis tahsisi mümkün olabilir. Ancak bu ofisi işler kılacak personel temin etmek kolay değildir. Ana Kariyer Merkezinde istihdam edilen uzman personel sayısı da ülke koşulları göz önüne alındığında oldukça sınırlı kalacağı için iki ayrı strateji izlenebilir.

Şekil 38’de özetlenen yapı, “yerelden yönetim” ve “sanal kariyer merkezi” yaklaşımları temel alınarak oluşturulmuştur. Buna göre, her bir yerleşkede kariyer merkezi için tahsis edilecek bir odanın gezici danışmanlık hizmeti için ayrılması ve haftanın belli bir gününde, belli saat aralıkları içerisinde, kariyer danışmanının randevu sistemine uygun bir yöntemle bireysel kariyer danışmanlığı hizmetini öğrencinin ayağına götürmesi söz konusu olacaktır. Benzer şekilde, yerleşkenin özgün yapısına hitap eden kariyer etkinliklerinin gerçekleştirilmesi ve öğrencilerin katılımının sağlanması için de bu oda, “üs” görevi üstlenecektir. Özellikle, yerleşkedeki birim koordinatörleri, öğrenci topluluğu temsilcileri ve ana kariyer merkezi elemanları planlama ve gerçekleştirme aşamasında toplantı düzenleme gibi etkinlikleri bu odada yapabileceklerdir. Ayrılacak bu odada, merkez tanıtım broşürleri, afişler gibi basılı

materyaller de öğrencilerin kullanımına sunulabilir. İşgücü piyasası ve ilgili sektöre ilişkin iş ya da staj ilanı afişleri de bu mekanda öğrencilerin erişimine açılabilir.

Modelde önerilen sanal kariyer merkezi uygulamaları ise görece daha yeni ve bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımına dayanan bir yaklaşımı temsil etmektedir. 2020'lerin gençlerinin mobil telefonlardan bile bilgiye erişme alışkanlık ve eğiliminin oldukça güçlü olduğu gerçeği, bazı hizmetleri istenen zamanda ve istenen mekanda alma imkanının gençler için oldukça cazip olduğuna işaret etmektedir.



Şekil 38. Çok yerleşkeli üniversiteler için kariyer merkezi işleyiş modeli

İzleyen bölüm tasarlanan modele ilişkin ayrıntılı açıklamalara ayrılmıştır.

4.3.2 Yerleşkelerde İrtibat Ofisi

Daha önce de değinildiği gibi, tam zamanlı bir personel istihdamı çok gerçekçi bulunmadığı için Kariyer merkezi birim sorumlularının daha aktif rol üstlendiği, ana kariyer merkezi elemanlarının hizmeti öğrencinin bulunduğu ortama yaygınlaştırdığı bir model tasarlanmıştır. Bu düşüncenin ardındaki temel dayanak, fakülte ya da meslek yüksekokulu birim

koordinatörlerinin hem öğrencileri hem de öğrencilerin özgün gereksinimlerini daha iyi biliyor olmalarıdır. Ayrıca mezuniyet sonrası istihdam için uygun sektörlere dair bilgi ve firma portföyleri de birim yöneticilerince derlenebilecek ve ana kariyer merkeziyle eşgüdümlü olarak kullanıma sunulabilecektir.

4.3.2.1 Gezici Kariyer Danışmanlığı

Ana kariyer merkezi uzmanlarının kullanabileceği bir ofis, bireysel kariyer danışmanlığı hizmetinin öğrencinin herhangi bir ulaşım sorunu yaşamasına neden olmaksızın verilmesini de sağlayacaktır. Örneğin, ders arasına denk gelen zaman dilimleri için ayarlanacak randevulara göre ana merkezin mevcut kariyer danışmanları tarafından ya da İŞKUR irtibat bürosunda görevlendirilmiş iş ve meslek danışmanları tarafından ilgili kampüse gidilerek danışmanlık hizmeti verilebilir. Kariyer Danışmanlığı alanında yüksek lisans ya da doktora eğitimini sürdüren gönüllü öğrenciler de bu hizmeti verebilirler. Örneğin rehberlik ve psikolojik danışmanlık programlarında eğitim alan lisansüstü öğrenciler kariyer danışmanlığı dersinin uygulamalarını bu yerleşkelerde yaparak deneyim kazanma imkanı bulabilirler.

4.3.2.2 Etkinlik Koordinasyonu

Bu yerelden yönetim modeli, merkez yerleşkedeki kariyer etkinliklerini öğrencilere duyurma ve katılımlarını sağlama açısından işlevsel olacağı gibi, söz konusu kampüs için ana merkezden sağlanacak eğitim, seminer, sektörel fuar, firma tanıtım etkinliği ya da mezun-öğrenci buluşmalarının planlanmasını ve gerçekleştirilmesini de kolaylaştıracaktır.

4.3.2.3 Kariyer Stüdyosu

Daha az sayıda uzman personel ile daha çok sayıda öğrenciye ulaşmanın yollarından biri ‘Kariyer Stüdyosu’ uygulamasıdır. Çok yerleşkeli üniversitelerde, yüz-yüze hizmetlere duyulan gereksinimi gidermek için, iki ayrı yol izlenebilir: ‘Akran Danışmanlığı’ uygulamaları için öğrenci mentorların yaratıcı programlar vasıtasıyla diğer öğrencilere danışmanlık vermesi sağlanabilir. İkincisi, randevulu formel bir program yerine öğrencilerin kendilerinin ayarladığı zaman ve sürelerde buluşarak kariyer planlamalarını biçimlendirmeleridir. Üstelik bu strateji öğrencilerin ‘işbirliği yapma’ ve ‘problem çözme’ becerilerinin güçlenmesine de yardım edecektir. Örneğin hiçbir iş deneyimi olmayan birinci sınıf öğrencisi için yerleşkede bulabileceği yarı zamanlı işleri öğrenmenin bir yöntemi akranlarına danışmaktır. Kariyer Stüdyosu, üniversite bünyesinde mevcut açık işler hakkında bilgilenme, başvuru sürecini öğrenme, alternatifler arasından eleme yapmak için üst dönemden bir mentor öğrenciyle birlikte çalışmak oldukça yararlı olabilir. Kariyer merkezi için her kampüste ayrılan bir odanın bu amaçla kullanılması mümkün

olabileceği gibi, tamamen öğrencilerin uygun bulduğu bir yerde de bu süreç işletilebilir. Daha ilk sınıftan itibaren yerleşecek bu gelenek, yaz stajları ya da yarı zamanlı iş alternatifleri için stüdyoya tekrar başvuru sağlayacaktır. Çünkü sorulara yanıt alabilmek ve doğru yönlendirilmiş olmak hizmetten yararlanmaya devam etme motivasyonunu pekiştirecektir. Kariyer Stüdyosu uygulaması, kariyer merkezini, 'gelecek kariyeri üzerinde konuşulan bir yer' olmaktan "gelecekteki kariyeriniz üzerinde çalışılacak bir yer' olarak algılanmasını da sağlayacaktır (https://www.naceweb.org/career-development/organizational-structure/the-career-studio-flipping-the-career-center/).

Dolayısıyla, kariyer stüdyosuna gelen bir öğrenci, kendi kariyer planlaması üzerinde çalışma, yeni kaynakları inceleme, fırsatlar hakkında akranlarıyla konuşma şansına sahip olacaktır. Henüz öğrenciyken alınan çalışmaya dair bazı küçük kararlar, gelecekteki büyük kariyer kararları için de öncül olabilir.

4.3.3 Sanal Kariyer Merkezi

Kuşkusuz, çok kampüslü üniversite yapısının işleyişini kolaylaştırmak ve hizmetleri tüm öğrencilere erişilebilir kılmak için birimler arası "işbirliği" son derece önemlidir. Bilgi İletişim Teknolojilerindeki gelişmeler, on-line ve eşzamanlı (senkronik) kariyer hizmeti sunmaya izin verecek hale gelmektedir. "**Sanal Kariyer Merkezi"** önerilecek en etkili model olarak çarpıcılık kazanmaktadır. İzleyen bölümde öngörülen sanal kariyer hizmet örnekleri betimlenmektedir:



Resim 8. Boise Devlet Üniversitesi web sayfası: sanal kariyer merkezi ana sayfası

4.3.3.1 Video Konferans

'Video konferans' uygulamaları çağın bir fırsatıdır ve çok kampüslü üniversiteler için kullanılabilecek oldukça işlevsel bir araçtır. Açıkçası, sanal kariyer hizmetleri, öğrencileri hizmet almak için mutlaka kariyer merkezine gelme zorunluluğundan kurtarmanın en önemli bileşeni olmaya adaydır.

Senkronik video konferanslar, öğrencinin bulunduğu yerden düzenlenen etkinliği izleyebilmesini, hatta soru sorabilmesini sağlamakla son derece başarılı bir uygulama alternatifidir. Ancak henüz eğitsel katkısından tam olarak istifade edilemediği de ifade edilmelidir. Naklen yayın mantığı ile düzenlenecek "sektör temsilcisi-öğrenci" ya da "başarılı mezun-öğrenci" buluşmalarına katılımı yüz yüze sağlanan fırsata kıyasla çok daha arttıracaktır. Sadece öğrencinin bulunduğu bina ya da kampüste bu etkinlik için kullanılabilecek oda, salon ve TV ünitesi, internet bağlantısı gibi teknik imkanların sunulması yeterlidir. Bu da organizasyon şemasında yer verilen birim temsilcileri-kariyer merkezi yönetimi işbirliği ve üniversitenin teknik destek sağlaması ile kolayca çözülebilir. Böylece, hatırı sayılır çabalar

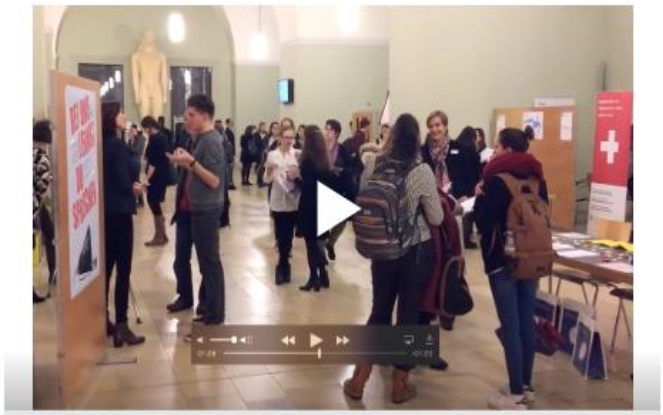
sonucu düzenlenen bilgilendirme konferansları hedef kitlenin büyük bölümüne ulaştırılmış olur. Resim 9, öngörülen sınırlı katılımlı bir video konferans oturumu için örnek olarak sunulmuştur.



Resim 9. Video konferans oturumu

4.3.3.2 Web Sayfası Video Kaydı Bölümleri

Bir diğer öneri, merkezin web sayfasına gerçekleşmiş etkinliklerin kısa süreli video kayıtlarını yerleştirmektir. Böylece, sadece farklı kampüslerde olan öğrencilerin değil, dersleri nedeniyle katılamamış ilgili öğrencilerin de bu etkinliği izleyebilmelerine olanak sağlanmış olur. Resim 10, çok yerleşkeli bir yapısı bulunan Zürih Üniversitesi web sayfasında, gerçekleştirilmiş etkinlik ve konuşmaları içeren video kayıtlarına örnektir.



Long Night of Careers: Wunschkarriere

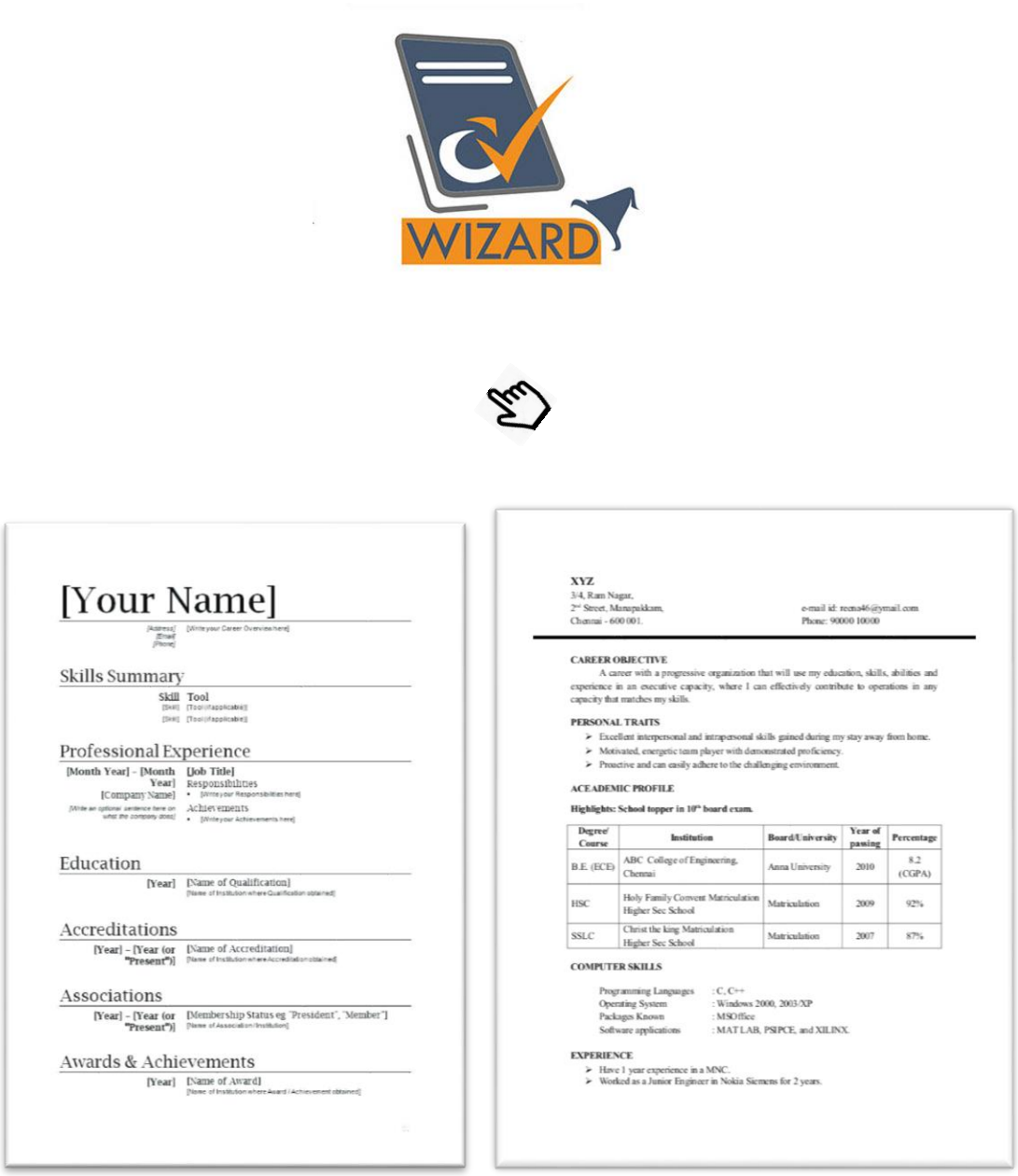


Long Night of Careers 2017: Poetry Career Slam

Resim 10. UZH web sayfası: video kayıtları

4.3.3.3 Web Sayfasında İnteraktif Olan/Olmayan Dokumanlar

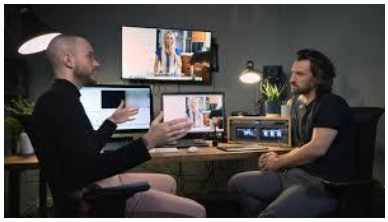
Pek çok sanal kariyer merkezi bakış açısını benimsemiş yurt dışındaki üniversitelerin web sayfalarında, merkez ofise gelmeye gerek kalmadan, bilgilendirici materyallere erişim imkanı verilmektedir. Bu, öğrencilerin hali hazırda yanıt aradıkları sorular için zengin içerikli dokümanlara erişme imkanı tanımaktadır. Bu dokumanlar, bazen kendini tanıma testi, bazen de sektörel bilgi içeren tanıtım bültenleri olabilir. ***CV sihirbazı*** uygulamaları da bu kapsamda değerlendirilebilir.



Resim 11. CV Sihirbazı akış şeması örneği

4.3.3.4 Kariyer Geliştirme Amaçlı Kısa Filmler

Örneğin mülakat sürecinde yapılan doğrular ve yanlışlar konusunda hazırlanan kısa bir film, cep telefonu aracılığıyla bile öğrencilerin erişimine kolaylıkla sunulabilir.



Resim 12. Kısa film örneği-1



Resim 13. Kısa film örneği-2

Bu filmler aracılığıyla hem bilgi paylaşımı sağlanmış olmakta; hem de doğru ve yanlış uygulamalar, hatalı yanıtlar görsel olarak çarpıcı kılınmaktadır.

Gamification

Günümüzün genç kuşağı okumak, konuşmak, test doldurmak gibi süreçlerden ziyade, oyun vari interaktif platformlar üzerinde çalışmaktan daha çok hoşlanmaktadırlar. CV oluşturma, mülakat becerileri geliştirme gibi eğitimlerin bir "oyun" haline gelmesi cezbedici olacaktır. Örneğin, CV oluştururken ilk aşamayı başarmak, ardından ödüllendirilmek ('*mükemmel, iyi iş çıkardın!*' gibi ekrana gelen ifadeler gibi) ve yeni aşamaya geçmek gibi mizansenler öğrencileri cezbedebilmektedir. Ya da bir mülakat simülasyonu içeren oyun akışı içinde işe kabul edilme, evrak hazırlama gibi süreçlerin doğru ya da yanlış sinyali/uyarısı alarak tamamlanmasına dayalı yazılımlar, yaparak öğrenme yönteminin on-line kullanılmasına izin vermektedir. Oyunun içerisinde, iş mülakatına gitmeden önce '***yapılacak işler***' listesinin takip edilmesi gibi opsiyonlar da öğretici ve eğlendirici olabilir. Üstelik bu yazılımlar fonda çalan müziklerle daha da ilgi çekici olabilir. Çizgi film karakterleri ya da avatarlar aracılığıyla somutlanan kariyer planlama süreçleri web sayfası üzerinden katılımı güçlendirecektir. Örneğin işe kabul edilmenin Everest'in tepesine tırmanmak gibi bir başarıyla eşlendiği sahneler, etkileyici olabilmektedir (Bkz. Şekil 39).



Şekil 39. İş bulmak=Everest'e tırmanmak

Maceranın sonunda eğlenceli bir deneyim yaşamış olan öğrenciler hem kararlarının olası sonuçlarını görmüş; hem de nelere dikkat etmeleri gerektiğini kavramış olurlar.

Örneğin Kaplan üniversitesi (USA) gamification yöntemini kullanarak bir 'CV Yarışması' düzenlemiştir. Bir işverenden gelen iş ilanı ile başlayan oyun, öğrencilerin bu iş için CV'lerini yollamalarını gerektirmektedir. Finale kalan beş CV sahibine işverenden gelen geribildirim gönderilmiştir. Nihayet bu CV sahiplerinden biri "kazanan" olarak açıklanmıştır. Öğrenciler, bu etkinliği olumlu ve eğlenceli bir girişim olarak değerlendirmişler; kariyer merkeziyle ilişkilerini beslediğinin altını çizmişlerdir (https://www.businesswire.com/news/home/20160608005142/en/Game-On%21-Kaplan-University-Incorporates-Gamification-Career). Resim 14 bu oyuna ilişkin web sayfasını göstermektedir.



Resim 14. Kaplan Üniversitesi gamification örneği

Sonuç olarak, her ne kadar çok yerleşkeli üniversiteler için tasarlanan kariyer merkezi modeli kendine özgü bazı bilşenler içeriyorsa da esas itibarıyla tek yerleşkeli üniversite kariyer merkezleri için tasarlanan modelin bileşenlerini ihmal etmemektedir. Model mesafeden kaynaklı sorunların üstesinden gelerek planlanan hizmetleri öğrencilere ulaştırmak amacıyla bilhassa teknolojik imkanlara güvenen bir alt model olarak değerlendirilmelidir. Diğer bir ifadeyle, vizyon, misyon, organizason yapısı, personelin nicelik ve niteliği, sunulan hizmet yelpazesi, paydaşlar, mekan, test ve envanterler vb. için ilk modelde dile getirilmiş her unsur, ikinci model için de geçerlidir. Ancak uygulama süreçleri bakımından önerilen kolaylaştırıcı mekanizmaların modele işlerlik kazandıracağı öngörüsü ile geliştirilen ikinci modelin, çok yerleşkesi olan üniversitelarin kariyer merkezlerinin yapı ve işleyişi için yol gösterici olması umulmaktadır.

KAYNAKÇA

Akkök, F. (2006). Mesleki Bilgi, Rehberlik ve Danışmanlık Hizmetleri Türkiye Ülke Raporu. Ankara: İŞKUR Dokümanları.

Aytemiz, S. O. ve Özdemir, G. (2005). "Örgütsel Gelişme ve Kariyer Planlaması İlişkisi ve İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Bu Süreçteki Rolü". Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5, 1, 1-13.

Bacanlı, F. (2011). Özellik-Faktör Uyumlu Kuramlar. B. Yeşilyaprak (Editör). Mesleki Rehberlik ve Kariyer Danışmanlığı: Kuramdan Uygulamaya. Ankara: Pegem Akademi.

Boettcher, B. M. (2009). Career Services' Contributions to Learning Outcomes of Seniors at a Research Intensive University. Unpublished doctoral dissertation, University of Minnesota.

Bogdan, R.C. ve Biklen, S.K. (1992). "Qualitative research for Education: An introduction to theory and methods", Boston: Allyn and Bacon.

Business Wire. https://www.businesswire.com/news/home/20160608005142/en/Game-On%21-Kaplan-University-Incorporates-Gamification-Career,

Son erişim tarihi: 28 Şubat 2019.

Castella, D. A. (1990). "Career Networking-The Newest Career Center Paradigm". Journal of Career Planning and Employment, 50(4), 32-39.

Cohen, P. (1996). Rethinking the youth question: Education, labour and cultural studies. Basingstoke: Macmillan.

Collin, A., & Young, R. A. (2000). The future of career. Cambridge [etc.: Cambridge University Press.

CWUR (Center for World University Rankings). https://cwur.org/methodology/world university-rankings.php,

Son erişim tarihi: 21 Şubat 2019.

Dey, F., Cruzvergara, C. Y. (2014). "Evolution of career services in higher education". New directions for student services, 2014(148), 5-18.

Dey, F., Real, M. (2010). “Emerging trends in university career services: Adaptation of Casella’s career centers paradigm”. NACE Journal, 71(1), 31-35.

Erdoğmuş, N. (2001). “Üniversitelerdeki Kariyer Merkezlerinin Etkinlikleri Hakkında Bir Araştırma”. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 1, 131-142.

Gonzales, M., Davis, Kay D.;, & Gonzales, Molly. (2017). Examining institutional career preparation: student perceptions of their workplace readiness and the role of the university in student career development. Pepperdine University.

Hammond, M. S. (2001). “The use of the Five-Factor Model of personality as a therapeutic tool in career counseling”. Journal of Career Development, 27(3), 153-165.

Herr, E. L., Rayman, J. R., & Garis, J. W. (1993). Handbook for the college and university career center. Westport, CT: Greenwood Press.

Herr, E. L., Cramer, S. H. (1996). Career guidance and counseling through the life span: Systematic approaches (5th Ed.). Longman Publishing.

Herr, E. L., Cramer, S.H., & Niles, S.G. (2004).Career Guidance and Counseling through the Lifespan: Systematic Approaches. Boston, MA: Allyn and Bacon

Ho, H.-F., & Hu, T.-L. (January 01, 2017). Consolidating the University Career Service System in Taiwan. International Education Studies, 10, 11, 148-154.

https://esube.iskur.gov.tr/Meslek/meslek.aspx

İŞKUR Meslek Listesi. https://esube.iskur.gov.tr/Meslek/meslek.aspx, son erişim tarihi: 28 Şubat 2019.

Jeff Garis, Robert C. Reardon and Janet G. Lenz, "Current Status and Future Development of Career Centers in the United States," Asian Journal of Counselling, vol. 1 & 2, p. 5–26, 2012.

Jones, Glen A. (2012). Reflections on the Evolution of Higher Education as a Field of Study in Canada. *Higher Education Research and Development*, 31 (5), 711-722.

Karasar, N. (2012). “Bilimsel Araştırma Yöntemi”, Ankara: Nobel Yay.

Kavas, A. B. (2008). “”An evaluation of the career centers' services in Turkish universities. International Journal of Psychology, 43(3), 84.

Kleeman, G. L. (2006). A team approach to supporting web-based student services. In Kuger, K. (Ed.), Technology in student affairs: Supporting student learning and services (pp. 89-101). San Francisco: Jossey-Bass.

Kretovicks, M., Honaker, S., & Kraning, J. (1999). Career centers: Changing needs require changing paradigms. Journal of Student Affairs at Colorado State University, 8 , 77–84.

Laanan, F. S. (1995). Making the Transition: An Exploratory Study of Academic Achievement, Involvement, Adjustment, and Satisfaction of Transfer Students at UCLA. S.l.: Distributed by ERIC Clearinghouse.

Lipka, S. (May 01, 2008). In Tight Employment Market, Career Services Gain Clout. Chronicle of Higher Education, 54, 36.)

Liţoiu, N. (2009). “Career Counseling Challenges in Romanian Universities. Case Study on University Politehnica of Bucharest”. Petroleum-Gas University of Ploiesti Bulletin, Educational Sciences Series, 61(2), 137-142.

Livengood, Jacob A. (2012). The Leadership Orientations and Effectiveness of College and University Career Services Directors.

Mauer, E. B., Gysbers, N. C. (1990). “Identifying career concerns of entering university freshmen using My Vocational Situation”, The Career Development Quarterly, 39(2), 155-165.

McGrath, G.L. (2002). The emergence of career services and their important role in working with employers. New Directions for Student Services. (100). 6984.

Merriam, S. B. (2013). "Nitel Araştırma Desen ve Uygulama Için Bir Rehber", Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

NACE.https://www.naceweb.org/career-development/organizational-structure/the-career studio-flipping-the-career-center,

Son erişim tarihi: 28.02.2019

NCDA (2009). https://www.ncda.org/aws/NCDA/pt/sd/news_article/37798/_self/layout_ccmsearch/true Son erişim tarihi: 21 Şubat 2019.

NCDA. "Career Counseling Competencies and Performance Indicators. Individual/Group Assessment".https://ncda.org/aws/NCDA/pt/sd/news_article/37798/_self/layout_ccmsearch/true, Son erişim tarihi: 21 Şubat 2019.

NCDA. "Career Counseling Competencies. Individual/Group Assessment**."** https://www.ncda.org/aws/NCDA/asset_manager/get_file/18143/aacencda_assmt_eval_competencies, Son erişim tarihi: 21 Şubat 2019.

Niles, S. G. (2002). "Adult career development: Concepts, issues, and practices". National Career Development Association.

Orul, F. (2016). Üniversitelerde Kariyer Merkezlerinin İşlevselliği. Ankara: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Dönem Projesi.

Pinheiro, R., & Nordstrand Berg, L. (2017). Categorizing and assessing multi-campus universities in contemporary higher education. Tertiary Education and Management, 23(1), 5-22.

Pişkin, M. (2016). From Career Guidance to Self-Guidance. İçinde: Quality of Youth Career Guidance and Nowadays Media Literacy (s. 1-24). Sofya:The QYC Guidance Project

Quacquarelli Symonds –QS. https://www.qs.com/rankings, son erişim tarihi: 23 Şubat 2019.

Ranking Web of Universities. http://www.webometrics.info/en/Asia/turkey, son erişim tarihi: 23 Şubat 2019.

Rayman, J. R. (1996). "Apples and oranges in the career center: Reaction to R. Reardon". Journal of Counseling and Development, 74(3), 286-287.

Rayman, J. R. (1999). "Career services imperatives for the next millennium". The Career Development Quarterly, 48(2), 175-184.

Reitter, K. (2010). Strategies Reported by Career Services Directors to Increase Freshmen Usage of Career Services. ProQuest LLC. 789 East Eisenhower Parkway, PO Box 1346, Ann Arbor, MI 48106.

Riggio, R. E., In Porter, L. W., & In Özkara, B. (2014). Endüstri ve örgüt psikolojisine giriş.

Sağdıç, S. (2015). Gazi Üniversitesi Öğrencilerinin Kariyer Merkezi Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. Ankara: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Dönem Projesi.

Salva, W. M., Caldwell, C. A., DuCette, J. P., Ikpa, V. W., Davis, James Earl, Caldwell, Corrinne A., DuCette, Joseph P., ... Ikpa, Vivian W. (2014). A Comparative Study of How Career Services Staff Responds To Students' Employment Search. Temple University Libraries.

Schaub, M. (2012). "The Profession of College Career Services Delivery: What College Counselors Should Know About Career Centers". Journal of College Student Psychotherapy, 26(3), 201-215. doi:I0.1080/87568225.2012.685854.

Schutt Jr., D. A. (2008). How to Plan and Develop a Career Center (2nd Ed.). New York: Ferguson Publishing.

Sezen, D. (2014). Ankara'da Bulunan Dört Üniversite Kariyer Merkezinin İncelenmesi. Ankara: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Dönem Projesi.

Siyez, D. M. (2011). Gelişimsel Yaklaşımlar. B. Yeşilyaprak (Editör). Mesleki Rehberlik ve Kariyer Danışmanlığı: Kuramdan Uygulamaya. Ankara: Pegem Akademi.

Sun, V. J., & Yen, M. (2012). Career guidance and counseling for university students in China. International Journal for the Advancement of Counselling, 34(3), 202–210.

Super, D. E. (1990). A life span, life-space approach to career development. In Career Choice and Development (2nd Ed). (Eds D Brown, L Brooks). San Francisco, Jossey–Bass.

The Academic Ranking of World Universities-ARWU. http://www.shanghairanking.com,

Son erişim tarihi: 23 Şubat 2019.

Times Higher Education –THE. https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings,

Son erişim tarihi: 23 Şubat 2019.

Tunçer, P. (2012). "Değişen İnsan Kaynakları Yönetimi Anlayışında Kariyer Yönetimi". Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 31(1), 1-31.

URAP-ODTÜ. University Ranking by Academic Performance. http://tr.urapcenter.org/2018/, Son erişim tarihi: 23 Şubat 2019.

Üsküdar Üniversitesi Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi (ÜSEM). "YÖK Kariyer Merkezi Toplantısına Katıldık", http://usem.uskudar.edu.tr/yok-kariyer-merkezleri-toplantisina-katildik.

Son erişim tarihi: 27.02.2016.

Vespia, K. M., Freis, S. D., & Arrowood, R. M. (January 01, 2018). Faculty and Career Advising :Challenges, Opportunities, and Outcome Assessment. Teaching of Psychology, 45, 1, 24-31.

Yeşilyaprak, B. (2012). "Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığında paradigma değişimi ve Türkiye açısından sonuçlar: Geçmişten geleceğe yönelik bir değerlendirme". Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 12(1), 97-118.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri" (9. Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

EK – 1

TÜRKİYE'DEKİ VAKIF ÜNİVERSİTELERİNDEKİ KARİYER MERKEZLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Proje kapsamında Ankara'da iki (Bilkent Üniversitesi ve TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi); İstanbul'da ise yine iki (Bahçeşehir Üniversitesi ve Sabancı Üniversitesi) Vakıf Üniversitesi ziyaret edilmiş ve toplam 12 yönetici ve/veya birim personeli ile yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Örnekleme alınan dört Vakıf üniversitesi içerisinde 1988 yılında faaliyetlerine başlamış olan Bilkent üniversitesi en eski ve deneyimli merkez olduğu için özellikle önemli bir yeri işgal etmektedir. Bilkent Üniversitesi kariyer Merkezini 2003 yılında yapılanan Sabancı Üniversitesi Kariyer Merkezi izlemektedir. Bahçeşehir Üniversiesi ve TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversiteleri ise 2008 yılından bu yana Kariyer Merkezine sahiptir. İzleyen bölüm, bu ziyaretler sonucunda elde edilen verilerin özetlenmesine ayrılmıştır.

a. Kuruluş Süreci

Vakıf Üniversitelerinde Kariyer Merkezlerinin ilk olarak, tıpkı devlet üniversitelerinde olduğu gibi yurt dışında konuya ilgili öğretim üyelerinin gözlemlerine dayalı olarak kurulmasının önerildiği, bilhassa Rektör istek ve desteği ile birimin yapılandırıldığı anlaşılmıştır:

> "*Rektör yurtdışı üniversitelerde gördüğünü burada uygulamak istedi….*"
> (Bilkent Üniversitesi)

Ancak altı çizilmesi gereken önemli husus, çok kısa süre içerisinde "işe yerleştirme amaçlı staj imkanı sağlama" misyonuna evrilen merkezlere dönüşmüş olduklarıdır. Katılımcılar, bu durumun değişen işgücü piyasası dinamikleri ve istihdam arayışındaki Y Kuşağının beklentilerinin farklılaşması nedeniyle oluştuğuna dikkat çekmektedirler. Ayrıca bilgi çağında aranan veriye hızla ve kolayca hatta interaktif platformlar üzerinden erişmeye izin veren teknolojilerin, alışılageldik Kariyer Merkezi hizmetlerine (CV Yazımı, mülakata hazırlanma vb) olan gereksinimi düşürdüğü de ifade edilmektedir. Kariyer danışmanlığı almak üzere başvuruların da esasen staj ve iş imkanı elde etme odaklı olduğu anlaşılmaktadır.

Kuşkusuz bu tabloda değerlendirilen vakıf üniversitelerinin akademik geçmişlerinin oldukça yeni ve o nedenle mezun sayılarının sınırlı olması da etkilidir. Az sayıda öğrenci ve yine az sayıdaki mezun için planlanan ve sunulan hizmetler daha çok yeni iş piyasasının beklentilerini

karşılamanın yanı sıra mezunlarını hızla iyi pozisyonlarda istihdam etmeyi sağlamakla üniversiteler 'marka değerlerini' de güçlendirmeyi hedeflemektedirler. Denilebilir ki vakıf üniversitelerinde kariyer merkezi benzeri birimler daha ziyade mezun istihdamı niceliği ve niteliğini güçlendirme ve yeni adayları böylece üniversiteye çekebilme amacıyla kurulmuşlardır.

b. Organizasyon Şeması:

Hatırlanacağı gibi devlet üniversitelerinde organizasyon yapısı genellikle Rektörlüğe bağlı bir birim olarak oluşturulmuştur fakat idare organı açısından bazı farklılıklar içermektedir. Şekil.1'de mevcut durum özetlenmektedir:



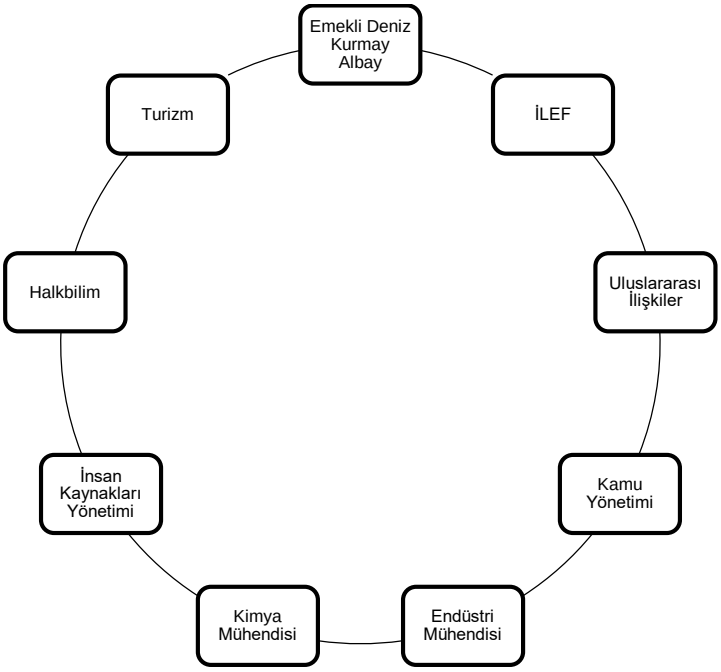
Şekil 1. Devlet üniversiteleri kariyer merkezi organizasyon şeması

Vakıf üniversitelerindeki kariyer merkezleri ise Rektörlüğe, Kurumsal Gelişim Direktörüne, Rektör Yardımcısına, Ortak Eğitim Koordinatörlüğüne veya Öğrenci Dekanlığı'na bağlı olmakla beraber; akademisyenlerden oluşmayan konunun uzmanı ve çoğu özel sektör deneyimli uygulamacılardan seçilmiş bir kadroyla hizmet veren "idari" bir birim olarak hizmet vermektedir. Öte yandan yapılacak etkinliğin ya da yerine getirilecek görevin mahiyetine göre üniversitenin ilgili birimleriyle doğrudan temas kurabildiklerine ilişkin ifadeleri de planlanan sürecin bürokratik engellere takılmadan 'hızla' işletilebildiğine işaret etmektedir:

> *"Birim genel sekretere bağlı ama bir rektör yardımcısı da bizimle meşgul. Öğrenci Dekanlığı ile destek ilişkimiz var. Öğrenci kulüpleri onlara bağlı. Yani aslında Rektörlüğe bağlıyız. Genel sekreter ile irtibat dersek… birim ihtiyaçları, para, etkinlik onayı için (konuşuyoruz). Bu hız sağlıyor. Mali işler Daire Başkanı ile sigorta primleri için irtibattayız. Mezun ofisiyle de mezunlar için irtibattayız. Enstitüler ile partnerlere sağlanan burslar için iletişimdeyiz." (Bahçeşehir Üniversitesi)*

c. Personelin Eğitim Durumu

Merkezlerde çalışan personellerin devlet üniversitelerinde olduğu gibi oldukça geniş bir yelpazede yer alan mezuniyet alanları şaşırtıcı bir bulgu olarak değerlendirilmiştir. Bilindiği gibi özel sektör, eleman seçiminde çok daha amaç odaklı ölçütleri kullanabilmektedir ve doğrudan pozisyonun gerektirdiği eğitime sahip olanları istihdam etme imkânının vakıf üniversiteleri için geniş olmasına karşılık, değerlendirilen dört vakıf üniversitesi için de çalışanlarda eğitimden ziyade alanda deneyimin ön planda tutulmuş olduğu açıkça görülmektedir. Yurtdışında kariyer geliştirme ve staj konusunda iş deneyimi olması önemli bir tercih nedeni olarak belirginleşmekte; atak, iletişim becerileri güçlü ve özdisiplinli (titiz), deneyime ve yeniliklere açık kişilik özellikleriyle fark yaratacakları düşünülen ve doğrudan birim koordinatörlerinin teklif ve onayı ile istihdam edilen personelin işlerine son derece hakim ve sistematik bir yaklaşımla hizmet sundukları gözlenmiştir. Şekil 2.'den de izlenebileceği gibi, mühendislik mezunu olanlar kadar iktisadi-idari bilimlerden mezun olanlar da vardır. Az sayıdaki katılımcının İnsan Kaynakları alanında yüksek lisans eğitimi aldığı ya da almakta oldukları da tespit edilmiştir.



Şekil 2. Personelin mezuniyet alanları

d. Fiziksel Yapı

Her dört üniversitede de kariyer merkezleri için tahsis edilen ofislerin üniversitenin öğrenciler tarafından kolay ulaşılabilir bölgelerde oluşturulduğu anlaşılmaktadır (Bkn. Resim1, 2 ve 3).



Resim 1. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi



Resim 2. Bilkent Üniversitesi



Resim 3: Bahçeşehir Üniversitesi

Ofislerin sahip olduğu alanın genişliği ve oda sayısı bakımından Bahçeşehir ve Bilkent Üniversitelerinin oldukça gelişkin imkanlarla donatılmış Kariyer Merkezi birimi oluşturdukları görülmektedir. Diğer iki üniversitede ise görece kısıtlı mekan ayrılmış olduğu belirlenmiştir. Özellikle Sabancı Üniversitesi ve TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi için mekanın yetersizliğinin yönetici ve çalışanlarca bir sorun olarak algılanmaması, izleyen bölümlerde ayrıntılı olarak tartışılacağı üzere, öğrencinin daha sınırlı sayıda ziyaret ettiği, bireysel görüşmelere nadiren gerek duyulduğu ve genellikle 'staj' ayarlama amaçlı büro işlerinin yürütülüyor olmasına bağlanabilir. Ancak belirtmek gerekir ki en küçük mekana sahip olan Merkez bile tahsis ediliş alanı oldukça etkin ve işlevsel olarak değerlendirmektedir.





Resim 5. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi



Resim 6. Bahçeşehir Üniversitesi



Resim 7. Sabancı Üniversitesi

Özellikle Bilkent Üniversitesinin Kariyer Merkezinin ofis yerleşimi ve donanımı ideal bir işleyiş için örnek olabilecek niteliktedir. Mevcut durum Resim 7-12 ile sunulmuştur.



Resim 7: Toplantı odası



Resim 8: Giriş holü



Resim 9: Giriş holü-bekleme alanı



Resim 10: Uzman odası -1



Resim 11: Yönetici odası



Resim 12: Yönetici odası

e. Bütçe

Her şeyden önce, hiçbir Vakıf üniversitesinde maddi kaynak sorunu yaşanmadığının ifade edilmiş olması, merkezin bağımsız bütçesinin olmasının önemine bir kez daha dikkat çekmektedir. Gerek üniversitenin mali ofisince harcamaların karşılanması gerek mezunlardan alınan bağışlardan merkezlere pay aktarılması gerekse doğrudan onaylanmış birim bütçesini harcama yetkisinin verilmesiyle mali sorunların üstesinden gelindiği anlaşılmaktadır.

Hatırlanacağı gibi, vakıf üniversitelerinden elde edilen verilerin değerlendirilerek, tek yerleşkeli ve çok yerleşkeli üniversitelerin kariyer merkezi modellerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır. O nedenle, bu bölüm, vakıf üniversitelerinde merkezlerin işleyişine ilişkin gözlenen tablonun değerlendirilmesine ayrılmıştır.

f. Tanınırlık Faaliyetleri

Devlet üniversitelerinin sekizinde de bu konuda özel bir çaba sarf edilmediğinin dile getirildiği; 12 devlet üniversitesi için de en etkili tanınırlık sağlama (faaliyetleri hedef kitleye duyurma) yolunun “teknolojik” mahiyette olduğuna ilişkin bulgular anımsandığında, vakıf üniversiteleri için mevcut durumun kayda değer şekilde farklı olmadığının altı çizilmelidir. Şekil 3.’den de izlenebileceği gibi, vakıf üniversitelerinde de öğrencilere merkezin tanıtımı sosyal medya ve web sayfası aracılığıyla yapılmakta olduğu; öğrenci kulüpleriyle yakın temasın çok olumlu sonuçlar verdiği anlaşılmaktadır.



Şekil 3. Vakıf üniversiteleri için tanınırlık faaliyet alanları

Vakıf üniversitelerinin kariyer merkezi yöneticilerinin tanıtımın en etkili olanının öğrenciliğin ilk aylarında gerçekleşeceğini düşünmeleri, geleneksel olarak kariyer planlama mezuniyete yakın dönemde gerekir anlayışına tezat oluşturduğunun altı çizilmelidir:

> *"Birinci sınıfta çocuğu yakalamak lazım. Üçüncü sınıftaki çocuk yola sokulmuyor… oryantasyonda onları yakalamam lazım" (Sabancı Üniversitesi)*

Bunun da ancak somut bilgi ve kanıt sunumu aracılığıyla mümkün olabileceği ifade edilmektedir. Açıkçası bilgi çağının mensubu gençler işine yarayacak hizmetleri oldukça başarılı biçimde takip etmekte ve talepte bulunmaktadırlar:

> *"…İki aylık staja yolladım ben İtalya'ya deyince dinliyor çocuk. Gelip soruyor detayı. Amerika'daki mezun sayımızı verince etkileniyorlar…. Uyum haftasında 'senin rengin ne?" diyorum; test yapıyorum. 'Kırmızısın' diyince çocuk meraklanıyor… Gelip soruyor sonra bunun anlamını…" (Sabancı Üniversitesi)*

g. Sunulan Hizmetler

Şekil 4.'de özetlendiği üzere, devlet üniversitelerinde öğrencilere yönelik sunulan hizmetler, geleneksel Kariyer Merkezi uygulamalarıyla sınırlıdır.

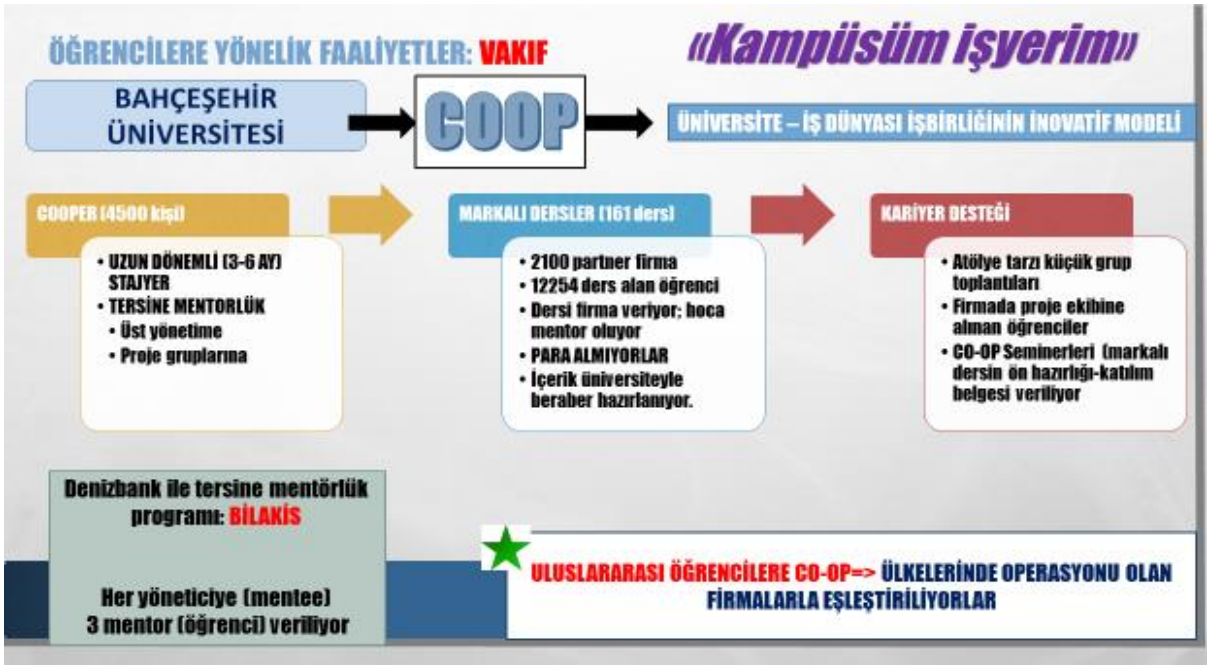


Şekil 4. Öğrencilere sunulan hizmetler: devlet üniversiteleri

Ancak vakıf üniversitelerinin kariyer merkezlerinde Şekil 4.'de özetlenen hizmetlerin ya nadiren sunulduğu ya da bu konularda öğrencilerden hiç talep gelmediğine dair açıklamalar önemli bir bulgudur. Zira bu durum kariyer merkezleri için değişen vizyon ve misyon ile bunlara göre yeniden tasarlanması umulan faaliyetler için kritik ipucunu temsil etmektedir. Diğer bir ifadeyle, kariyer merkezlerinin üstlenmesinin daha işlevsel olduğu öngörülen görevler zaman içerisinde değişmiştir. Bu bağlamda, işgücü piyasası ile işbirliği odaklı bir yaklaşımın benimsenmiş olması sunulan hizmetlerin doğasını derinden etkilemiş görünmektedir. İzleyen bölümde vakıf üniversitelerinde gerçekleştirilmekte olan öğrenci odaklı etkinlikler ayrıntılı olarak betimlenmektedir.

BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ KARİYER MERKEZİ (CO-OP Direktörlüğü)

Şekil 5.'de özetlenen CO-OP sistemi; Bahçeşehir Üniversitesi öğrencilerinin eğitimleri sonrası iş hayatına hazırlanmaları amacıyla kariyer desteği sağlama amacı taşıyan CO-OP ofisinde talep eden öğrencilere birebir ve yüz yüze destek verildiği ama ziyadesiyle staj yönlendirme faaliyetlerine odaklanılan bir içeriğe sahiptir.



Şekil 5. Bahçeşehir Üniversitesi CO-OP Koordinatörleri faaliyetleri

Birim Direktörü, tam bir kariyer merkezi olmadıklarını, kariyer danışmanlığı yapmadıklarını; o nedenle üniversite yönetiminin ayrıca bir Kariyer Merkezi kurma düşüncesini değerlendirme sürecinde olduğunu ifade etmekle, mevcut işleyişin 'İş Deneyimi Kazandırma Merkezi' yarattığını ima etmektedir.

COOPER, '**uzun dönemli stajyer'** anlamına gelmektedir. Partnerlik protokolü yapılan firmalara stajyer öğrenci gönderilmesi ve takibi olarak özetlenecek bir sistem kurulmuş durumdadır. İlk zamanlar firma ziyaretleri yaparak programa katılımları için ikna edilmeye çalışılmasına ve hatta partner firmalar için bazı kolaylıklar (yüksek lisans bursu vb) sunulmasına karşın artık firmaların doğrudan başvuru yapmakta olması sistemin hem firma hem de öğrenci için 'kazan-kazan' koşulu temin ettiğine işaret etmektedir. Bu uygulama, firmanın insan kaynakları modeline uygun yürütülmektedir; o nedenle de bu süreç firma için bir nevi 'butik hizmet' anlamı taşımaktadır:

"… 3-6 ay öğrenci firmada çalışıyor. Firmanın yolladığı ihtiyaç tanıtım formu alınıyor. Firmanın normal işe alım prosedürü neyse biz aynısını burada stajyer alımında uyguluyoruz. … Firmaya kısa liste (short-list) sunuyoruz…. Firma personel dairesine seçtiğini bildiriyor… üniversite primlerini ödüyor…Çocuk CV'sini genişletiyor…mülakatları biz yaptığımız için geribildirim verip eksiklerini kapatabiliyoruz."

Bu staj, zorunlu stajla eşdeğer olmamakla birlikte, coop aracılığıyla yapılan staj zorunlu stajla uyumlu olduğunda, zorunlu staj yerine sayılabilmektedir. Ayrıca birim, zorunlu staj için firma bulamayan öğrenciye havuzdan öneri getirerek de önemli bir görevi üstlenmektedir.

Birim yönetici ve çalışanlarının "uzun dönemli stajyer uygulaması bizim en önemli işimiz" şeklindeki ifadeleri, kariyer merkezi için biçilen temel işlevi de gözler önüne sermektedir. Dikkat çekilmesi gereken bir husus, CO-OP sisteminde kendiliğinden "tersine mentorlük" sisteminin doğmuş olmasıdır:

"Kuşaklararası iletişim çok önemli. Önce y kuşağını alalım, firmaya uyduralım dendi. Şimdi firmaları onlara göre dönüştürelim deniyor. Potansiyellerini kullanıp karar süreçlerine katkı sunsunlar deniyor… ilk olarak 38 öğrencimize yetki verilerek 'mentorluk için eşleşme platformu' oluşturduk. Firma yöneticileri de giriyor sisteme. Öğrencilere eğitim verildi önce. Mesela bir öğrencimiz firmaya (Unilever) sunum yaptı, biz bile bunu bilmiyorduk dedi firma yetkilileri."

Tersine mentorluk proje temelli çalışmalar için bilhassa önem arz etmeye başlamıştır:

"Unilever'in 'People Strategy' projesi için bizden beş kişilik bir proje ekibi istediler. Çocuklara konu başlıkları verdi firma. Esnek çalışma, pazarlama stratejisi gibi…. Çalıştılar bu konuları.. bir süre de firmada çalıştılar. Bazı verileri de paylaştılar çocuklarla. Sonra genç bakışı sorguladı firma… 'beş yıl sonra firma nasıl olmalı?', 'siz ne bekliyorsunuz?' dediler… Yabancı yöneticilere İstanbul'u gezdirdi çocuklar; tersine mentörlüğe döndü iş…"

Koordinatörlük stajyerleri ziyaret ederek, olası aksamalarda firmayla irtibata geçerek öğrenci odaklı bir denetim mekanizmasını da işletmektedir. Bu faaliyet, birimin firmaların İK çalışanlarıyla yakın bir temas kurulmasına da ciddi bir katkı yapmaktadır.

Birimin bir diğer önemli etkinliği '**markalı dersler**' olarak belirginleşmektedir. Dersi hazırlayan firmanın kendi markasını isim olarak taşıyan bu dersler, öğretim üyelerinin mentörlüğünde

firmanın hazırladığı ders içeriklerinin incelenmesi, bir öğretim üyesinin adına ‘seçmeli bir ders’ olarak açılmaktadır. İstekli firmalar kendi alanıyla ilgili önerdikleri dersler için ‘ders öneri formu’ doldurup Koordinatörlüğe sunduktan sonra, ilgili Fakültenin değerlendirmesine bağlı olarak ders kabul edilebilmektedir.

> *“..Böylece işveren markası üniversiteye girmiş oluyor. Bizde olmayan ama iş dünyasının yeni mezun alırken öğrenmiş olsun diye istedikleri dersler açılıyor. Teknoloji değişiyor…ama yeni kavramlar müfredata girmiyor…. Markalı dersler eksiği gideriyor….”*

Kariyer Desteği olarak tanımlanan üçüncü faaliyet alanı, atölye tarzı küçük grup toplantıları ve CO-OP Seminerleri düzenlemeyi ve tersine mentörlük süreçlerini kapsamaktadır. Öğrencilerin günümüzde ‘kalabalıkta kaybolmaktan hoşlanmadığı’ gözlemine dayalı olarak sınırlı katılıma açık konulu toplantıların düzenlenmesi ve iş ya da staj ilanlarının sosyal medya aracılığıyla duyurulması gibi kısıtlı etkinlikler düzenlenmesinin sebebi hem öğrenci talebindeki zayıflığa hem de kariyer danışmanlığı verebilecek eleman olmamasına bağlanmaktadır:

> *“CO-OP’un ilk senelerinde kariyer danışmanı getirdik. Randevu sistemi işlemedi. Kaldırdık. Biz şimdi danışmanlık değil, mentörlük veriyoruz sadece. Danışmanlık için işgücü piyasası bilgilerini bilen biri lazım”.*

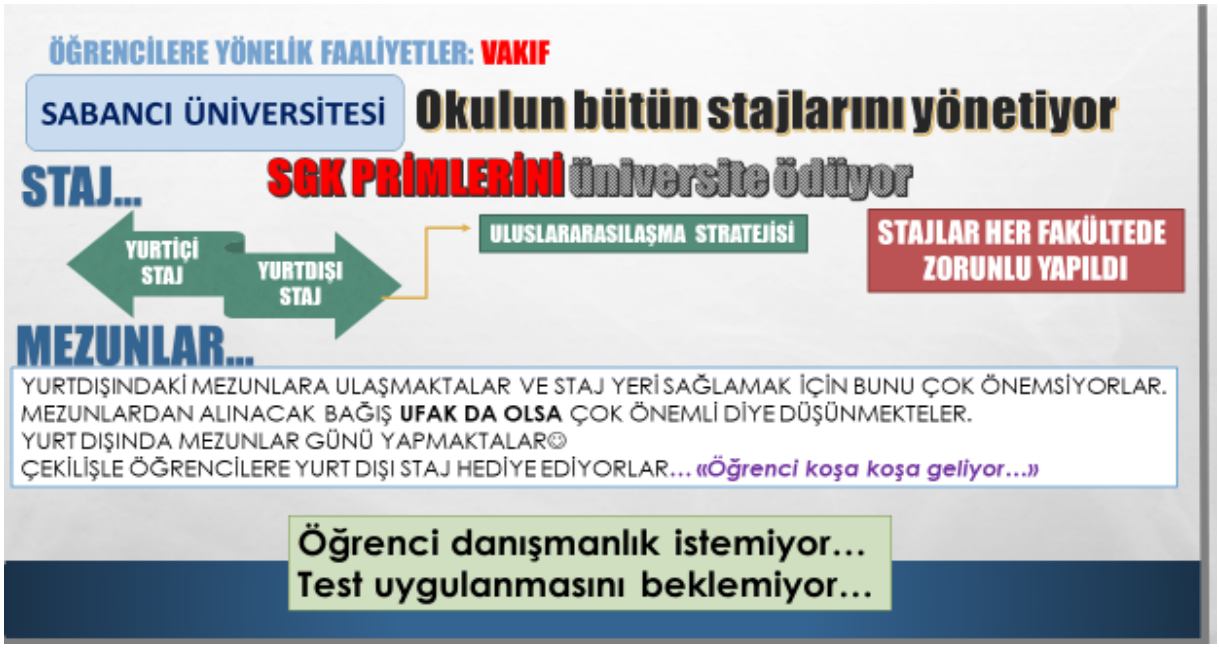
Öte yandan koşullar uygun olsa ve öğrenci talep etse bile, bireysel kariyer danışmanlığı hizmeti sunma eğiliminin de olmadığının altı çizilmelidir:

> *“Burası ayrı bir şey yapıyor… CO-OP’un mevcut yapısı bozulur yoksa… test vb. yok bizde… gerek de yok…”*

SABANCI ÜNİVERSİTESİ KARİYER MERKEZİ (Kariyer Geliştirme ve Staj Ofisi)

Birim faaliyetlerinin özeti Şekil 6.'da sunulmaktadır. Birimde her işin on-line yürütüldüğü oldukça ayrıntılı bir sistem kurulduğu görülmektedir. Her bölüm için zorunlu staj uygulamasının varlığı ofisin önemini ve işlevini daha da güçlendirmektedir. 'uluslararasılaşma' hedefinin ön planda olduğu üniversitede, dünyanın her yerindeki mezunlara ulaşmak merkezin başlı başına bir sorumluluğu olarak belirginleşmektedir:

> *"Bütün mezunlara mail atıyoruz. Nerede, hangi pozisyonda çalışıyorsun diye soruyorum… Mezunu kovalamak lazım. Mezuna yatırım yapmak lazım. Uluslararası Mezunlar Buluşması yapıyoruz. …." Lost alumni (kayıp mezunlar) vardır. Mezun olmadan önce bilgilerini topluyoruz, sosyal medyadan taramalar yapılıyor.. Out source (taşeron) firmaya çalışıp eksikleri o bulsun diye umuyoruz. Hocalara, arkadaşlarına soruyoruz nerede arkadaşın diye…"*



Şekil 6. Sabancı Üniversitesi Kariyer Geliştirme ve Staj Ofisi faaliyetleri

Kısaca 'kariyer Ofisi' olarak adlandırdıkları birimin yöneticisine göre, öğrencilerin en büyük beklentisi uluslararası ve ulusal staj imkanı sağlanmasıdır. O nedenle de yurt dışındaki mezunlar önemli bir paydaş olarak tanımlanmaktadır:

"USA'da 800, Avrupa'da 700 mezunumuz çalışıyor. Bilgisayar mühendisliğinden parlak öğrencimi google'a nasıl sokarım, derdim bu. Nasıl eğitelim bunları diyoruz; staj yeri bulmak için onlara soruyorum….. mesela İspanya'daki mezun listesini istiyorum; staj ayarlamaya çalışıyorum"

Sadece yurt dışı staj işlerinden sorumlu bir elemanın istihdam edilmesi, birimin yurt dışı staj faaliyetlerini önceleyen bir strateji izlediğinin işaretidir:

"*Uluslararası staj ayarlaması, ikili anlaşmaların yapılması benim işim. Uluslararası kariyer arayan öğrencilere bulduğumuz imkanların aktarılması yaptığım iş. ...Firma bulunması en zor kısmı; dil bilmek şart. Evrak işi daha çok yaptığım. Yabancı uyruklu öğrenciler için de uğraşıyorum; pek kendi ülkelerine gitmek istemiyorlar mesela."*

Birimde mezunlarla ilişkiler sorumlusu olarak görev yapan ayrı bir eleman bulunması da anılan bu eğilimin önemli bir sonucu olarak değerlendirilmelidir. Kampüste mezun buluşması ritüelleri, Sabancı Müzesinde yılda bir kez 'networking' etkinliği, kokteyl ve sergi faaliyetler, New York ve Boston'da düzenlenen yıllık mezunlar buluşması (bu sene San Francisco da eklenmiştir), mezuniyet töreni gibi ana sorumluluklar bu çalışana verilmiş durumdadır.

Birim koordinatörü daha çok zorunlu yaz stajlarının planlanması ve yürütülmesine odaklı çalışmaktadır. Üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri bu kapsamda takip edilmektedir. Ancak 'Oryantasyon Stajı' adı verilen ve birinci-ikinci sınıf öğrencilerini kapsayan 15 gün süreli bir diğer staj programı da yürütülmektedir.

"Staj aslında yarına hazırlık. Assesment Center (Değerlendirme Merkezi) mülakatı istiyor öğrenci; şirketlerden yardım istiyorum. Mock İnterview (sahte mülakat) istiyor ya da; firma gelip yapıyor burada. Win-win (kazan-kazan) oluyor. Çocuk onu tanıyor; o çocukları tanıyor.

Bir diğer önemli husus, staj başvurularının proje temelli bir yapıya dönüştürülmüş olmasıdır. '*Öğrenci bir proje description'ı (betimlemesi) ile başvuruyor bize'* şeklindeki sözleriyle staj sorumlusu, staj işinin ne denli ciddiye alındığının altını çizmektedir.

Staj için firma portföyünün oluşturulması da bir diğer faaliyet alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu portföyü oluşturmak ve geliştirmek üzere bir eleman istihdamının sağlanmış olması, emek ve zaman yoğun bir süreç olarak bu misyona bağlı çıktıların elde edilebileceğinin teslim

edildiğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bu görevi üstlenen personel, işgücü piyasasının tüm paydaşlarıyla etkileşim halindedir:

> *"İŞKUR ile irtibattayız.…Organize Sanayi Bölgesi ile işbirliği yapıyoruz. Rektör yardımcısı OSB yöneticilerini çağırdı kahvaltıya mesela, ben staj için fırsat vermelerini istedim."*

Öğrencilerin test uygulanmasını ya da bireysel danışmanlık hizmeti verilmesini beklemediğine ilişkin verilerin, Sabancı Kariyer Ofisinin "öğrenci ne istiyor?" meselesini bilhassa önemsemesine yol açmış olduğu da ifade edilmelidir. Bu sorunun yanıtını bulmak üzere, öğrenci kulüpleriyle işbirliği sağlanmış, Fakültelere neye ihtiyaç duydukları sorulmuş, dersin in-practice'de (uygulamada) ne oluyor kısmını güçlendirmek için öğretim üyelerinin talep ettiği derse konuk çağırma talepleri toplanmış, fabrika gezileri planlanmıştır. Açıkçası bu etkinliklerin ofis yöneticisinin asli işi olduğuna dair değerlendirmeleri de kayda değerdir:

> *"Trendyol lojistik işlerini görsünler diyor hoca…Firmayla ben iletişimdeyim zaten, hocanın yorulmasına gerek yok. Derse getiririz birini mesela AVİVASA Müşteri hizmetlerini anlatır, gider."*

Tüm bu çabaya rağmen bazı etkinliklere katılımın düşük kalması da yakınılan bir husus olarak ortaya çıkmaktadır. Örneğin firmanın gelip, kendini anlatmasının artık demode olduğu; web sayfasında olan bilgiyi anlatırlarsa çocukların buna ilgi duymadığı böylesi başarısız kalmış etkinlikler sonrasında tespit edilmiştir. Bu soruna çözüm odaklı yeni yaklaşımlar geliştirilmiş olması da son derece kıymetlidir:

> *"Anket yaptık bir sefer…Gelecek firma şu. Sen ne öğrenmek istiyorsun, yaz dedik. Doldu taştı salon. Bir de staj ödülü için çekiliş koyduk… Her şey süper oldu!"*

TOBB EKONOMİ VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ (TOBB ETÜ) KARİYER MERKEZİ (Ortak Eğitim Merkezi)

TOBB ETÜ, 'Ortak Eğitim' adı verilmiş bir programı yürütmekten sorumlu bir birim olarak yapılandırılmış kariyer merkezine sahiptir. Şekil 7.'den de izlenebileceği gibi, öğrencilerin kariyerlerini planlayarak, mezuniyet sonrası takip eden ilk bir ay içerisinde staj yaptıkları yerlerde işe başlamalarını sağlama hedefine ulaşmayı istemektedir. Bunun da mümkün olduğu zira aslında bu sistemle 'öğrenciyi firmada okuttuklarını' ifade etmektedirler. Ortak Eğitim Koordinatörlüğü altında bir müdürlük olarak yer alan birim, anı koordinatörlüğe bağlı İş ve Kariyer Müdürlüğü ile yakın temas içerisinde çalışmaktadır.



Şekil 7. TOBB ETÜ Üniversitesi Ortak Eğitim Merkez Müdürlüğü Faaliyetleri

Birim, her bölüm (Tıp Fakültesi hariç) için zorunlu olan üç buçuk aylık stajları düzenlemekten sorumludur. Firmalarla 'İşbirliği Belgesi' imzalanmadan staj programı uygulamasında yer almalarına izin verilmemektedir. Şekil 7.'de görülen akış şemasına uygun olarak, sisteme dahil bulunan 2800 kuruma kontenjan güncelleme talebi gönderilmesi ve her bölümden stajyer öğrenci listelerinin toplanmasıyla başlamaktadır. Bütün adaylara 'Ortak Eğitime Giriş Dersi' verildikten sonra, öğrencinin 5 firma tercihi (biri mutlaka şehir dışından olacak şekilde) alınmaktadır. Her öğrencinin iki zorunlu staj bitirme koşuluyla mezun olabilmesi, birimin

önemini ve öğrenciler tarafından bilinmesini sağlayan en önemli etken olarak belirginleşmektedir.

İzlenen bu program, birim yöneticisine göre öğrencinin gelecek kariyer yolculuğu bakımından son derece işlevsel bulunmakta; çalışma disiplini edinilmesine katkı sunduğu savunulmaktadır:

> *"Üçüncü sınıfta staja gidince çocuk sudan çıkmış balığa dönüyor…firmayı beğenmedim diyor, firma da öğrenciyi beğenmiyor bazen. Devamsızlık yapıyor mesela. Devamsızlık hakkı yok, üç buçuk ayda sadece 7 gün var… Firma bir daha gelme kardeşim diyor; hoca gibi idare etmez ki adam…hayatın gerçeklerini öğretiyoruz biz."*

Firmadan kaynaklı sorunlar olduğunda görüşme temin eden birim; gerektiğinde öğrenciye yeni bir staj yeri ayarlamaktadır. Bu sistemin öğrencinin kendi kariyer planlamasını kendisinin yapmasına izin verdiği düşüncesiyle kariyer danışmanlığı talebin olmaması doğal karşılanmaktadır.

BİLKENT ÜNİVERSİTESİ KARİYER MERKEZİ

Kariyer Yönlendirme ve İşe Yerleştirme Merkezi (KAYİYEM) olarak 1988'de kurulan merkez, son 7-8 sene içerisinde Kariyer Merkezi olarak bilinmeye başlamıştır. Eski deneyimlerin hala yol gösterici olduğu anlaşılan merkezde, her ne kadar klasik etkinliklerin devrinin kapandığı algısı çok güçlü olsa da, öğrenciyi kariyer konusunda bilinçlendirme amaçlı faaliyetlerin yürütülmekte olduğu görülmüştür. Yine de öğrenci ihtiyaçların göre etkinlik yapmak gerektiği, zira iletişim becerileri gibi 'sosyal beceri' eğitimleri yerine gündemde olan meslek ya da konulara odaklanan iş alanı tanıtım içerikli etkinliklere ilginin daha yoğun olduğu ifade edilmektedir:

> *"…Gastronomi mesela… ilgi çekiyor. O alanda çalışan bir mezunumuz geldiğinde dolup taşıyor salon. Artık NLP değil, koçluk eğitimleri talep görüyor. Aykırı Kariyerler ilgi çekiyor… Murathan Mungan geldi örneğin, çocuklar dinledi merakla… 'Pilot Life' diye bir seminer yaptık, çok katılım oldu… bunlar çoğunlukla 'mezunu eve çağırdığımız' etkinlikler"*

Öte yandan gençlerin ilgisini çekecek başlıkların slogan vari olması gerektiği de altı çizilen bir diğer husustur. 'Ahkam Kesmeden Özgeçmiş Hazırlamak' başlıklı bir toplantı konu görece bilindik olmasına karşın ilgi çekici olabilmektedir. Ancak yine de çağa özgü açılımlardan öğrenciyi haberdar edecek etkinlikler çok daha başarılı olmaktadır:

> *"'Sosyal Medya şirketi nasıl kurulur?' ya da 'Digital Marketing' (dijital pazarlama) başlıklı seminerler cazip geliyor çocuklara.. Onedio'dan biri geliyor diyoruz, haber uçuyor hemen…'career stulking' (kariyerini taciz et) semineri çok ses getirdi mesela."*

Slogan kullanımının öğrencilerce benimsendiğine ilişkin gözlemin bir sonucunun da CV kontrolü yapılan odaya 'Kariyer Kafe' isinin verilmesine zemin hazırladığı da ilginç bir noktadır.



Şekil 8. Bilkent Üniversitesi Kariyer Merkezi faaliyetleri

Merkezin önemli faaliyet alanlarından biri de "marka ders" uygulamasıdır. Şekil 8.'den de izlenebileceği gibi, oldukça yeni bir girişim olan marka ders, Universium Türkiye'de çalışılmak istenen ilk 100 firmadan seçilen 21'i ile irtibata geçilerek başlatılmıştır. Bu sürecin arka planında klasik etkinliklerin devrinin kapanması ve o nedenle istihdam öncesi ve istihdam için ne yapılabilir arayışı bulunmakta, işgücü piyasası farkındalığı yaratma hedefi bulunmaktadır. Bu sürecin zorluğuna dair yöneticinin ifadeleri oldukça açıklayıcıdır:

> *"Lojistik diye biz kampüste ders açamıyorduk. Çocuk mülakat simülasyonu istiyordu. … İstanbul'da derslerin içinde firmalar. …. Biz akademi ağırlıklı bir üniversiteyiz. Uzun dönemli staja bile sıcak bakmıyor. Uzaktan staj yapsınlar o zaman dedik, başarılı olamadık. Ama hem öğrenciler hem de firmalar bizimle işbirliği istiyordu. Sadece marka ders adı altında firma seminerleri açabildik. Doğuş Holding geldi. 3-4 sefer seminer düzenledik bu yıl. Eczacıbaşı, Vestel, HSBC ders vermek istiyor aslında…"*

Bu göreceli başarısızlık birimin 'kariyer Portalı' oluşturması için tetikleyici olmuştur. Öğrenci, şirket ve mezunların dahil olabildiği bu portal bir **özgeçmiş veri tabanına** dönüşmüştür. Öğrencinin farklı formatlarda CV (birden fazla) yükleyebildikleri, sözleşme imzalamış firmaların iş ilanlarını gönderebildikleri, mezun öğrencilerin de yararlanabildiği bu sistem oldukça

gelişmiştir. CV kontrolleri, ilan yayınlamak isteyen firmaların incelenmesi ve onaylanması için iki elemanın görevlendirildiği anlaşılmaktadır. Oldukça kontrollü işleyen portala dair birim uzmanının sözleri aydınlatıcı olabilir:

> *"Şirket kaydı, iş ilanı, mezun CV lerinin takibini yapıyoruz.. Veri tabanının prestijini bozacak CVlere uyarı yapıyoruz. ….Anonim CV yükletiyoruz…. Firma şu adaya ulaşmak istiyorum diyor bize….Firma onayı için yönetici notları diye bir kısım var. Birbirimizi uyarıyoruz…"*

Kariyer fuarı, danışmanlık ve staj gibi etkinliklere ilişkin mevcut durum, biri m çalışanlarınca çok da tatmin edici bulunmamaktadır. Örneğin, fuarlara artık öğrencilerin ilgi duymadığını, firmaların rakipleriyle aynı ortamda bulunabilme kültürlerinin bulunmadığını ifade etmekle, hedeflenen verimi sağlamayan görece demode etkinlik olarak değerlendirdiklerinin altını çizmektedirler. Staj bakımından yapılan değerlendirmeler, bu sürecin zorunlu staj bulunan bölümlerdeki koordinatörlere bırakıldığına işaret etmektedir. Bireysel danışmanlık almak üzere gelen öğrenciyle nadiren karşılaştıklarını belirten uzmanlar, CV kontrolü dışında öğrenciyle birebir görüşmelerinin olmadığını ifade etmektedirler.

Son olarak merkezin 'yeni mezun mülakat simülasyonu projesi' geliştirdiği belirtilmelidir. Son sınıf öğrencilerinin başvurusuna açık bir çalışma olan projede, başvuran öğrencilerle prova mülakatlar yapılmakta ve ardından kendilerine geri bildirim verilmektedir. Sürecin işleyişi birim yöneticisinin ifadeleriyle şu şekilde özetlenebilmektedir:

> *"10-11 İK yetkilisinden oluşan bir jüri kuruyoruz. Sunum yapıyor çocuklar. Jüri üyeleri en iyi birkaç öğrencimizi seçiyor ve kendilerine kariyer danışmanlığı hizmeti veriyorlar. Jüride üniversitemizin İK Müdürü de var. 20-25 kişi jüri önüne çıkıyor, jüri onlara sorular da soruyor…video çekimi de yapıyoruz. Seçilmeyenlere bilhassa geribildirim veriyoruz…"*

EK-2

ZÜRİH ÜNİVERSİTESİ KARİYER MERKEZİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Proje kapsamında İsviçre Zürih Üniversitesi ziyaret edilmiş ve toplam 4 yönetici ve/veya birim personeli ile yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. İzleyen bölüm, bu ziyaret sonucunda elde edilen verilerin özetlenmesine ayrılmıştır.

Zürih Üniversitesi (UZH) Kariyer Merkezi 2008 yılında kurulmuştur. Kuruluş gerekçesi, mezuniyetten sonraki altı ay içerisinde mezunların işe yerleşme oranının ülkenin istihdam istatistikleri tarafından takibinin önemsenmesidir. Üniversiteden mezun bir kişinin ne denli başarılı olduğuna ilişkin değerlendirmede mezuniyet sonrası istihdam için geçen sürenin kriter olarak alınması, üst düzey yöneticilerin, üniversitede kariyer hizmeti verilmesini önemsemesine ve birimi kurmaya yöneltmiştir. Avukatlık yapan bir öğretim üyesinin teşvik etmesiyle önce bir odada faaliyetlerine başlayan merkez bugün 3 oda ve bir toplantı odasından oluşan bir birim haline gelmiştir.

Çok (üç) yerleşkeli bir üniversite olan UZH, kampüsler arası ve kampüs içi ulaşımın kolayca temin edilebildiği bir işleyişe sahiptir. Trenle kampüsler arası erişim süresi 15-20 dakika sürmektedir. Şehir merkezinden üniversite yerleşkesinin ana yerleşkesine erişim yürüyerek sağlanabildiği gibi ‘polybahn’ denen bir küçük trenin ring hizmeti de bulunmaktadır (Bkn. Resim 1, 2 ve 3).



Resim 1. Pollybahn, Zürih, İsviçre



Resim 2. İstasyon İç Görünümü



Resim 3. Polybahn güzergâhı

UZH Kariyer Merkezi büyük kampüsün caddeye yani ana yola yakın kısmında müstakil bir binanın en üst katındadır. Aynı bina içerisinde Üniversitenin diğer bazı idari birimleri de görev yapmaktadır. Sessiz, kolay erişimli bu bina Resim 4 ve 5'te görülmektedir.



Resim 4. Kariyer Merkezi Binası-I



Resim 5. Kariyer Merkezi Binası-II

Ancak engelli öğrencilerin erişimi açısından binanın dezavantajlı olduğu birim çalışanları tarafından da kabul edilmektedir. Öyle ki, bina girişinin bile merdivenli oluşu, merkezin çatı katında bulunuşu ve eski bir bina olması nedeniyle asansör bulunmaması dezavantajlı öğrencilerin ofisi ziyareti önünde ciddi bir engeldir (Bkn. Resim 6).



Resim 6. Merkez binası içi

KURULUŞ SÜRECİ HAKKINDA

Kurulma aşamasında İngiltere Quinn Mary Üniversitesi kariyer merkezini yerinde incelemişler ve buradaki modele benzer bir modeli kendilerine adapte etmişlerdir. Örneğin Quin Mary Üniversitesinde Çarşamba öğleden sonraları ders olmadığı ve etkinliklerin bu zaman dilimine planlanmasını oldukça faydalı buldukları için kendileri de ders dışı zamanlarda etkinlik düzenleme eğilimindedirler. Örneğin dört haftalık sınav dönemlerinde hiçbir etkinlik planlamamaktadırlar. Kuruluş aşamasında mekan sıkıntısına ilaveten personel yetersizliği de söz konusu olmuştur. Sadece bir yönetsel pozisyon tanımlanmıştır ve % 60 lık istihdam (maaş) fırsatı sunulmuştur. Bir süre sonra % 60'lık bir eleman sözü daha yerine getirilmiştir. Haftalık işgününün yüzdeye göre dağılımının yapılması ve ücretlerin buna göre belirlenmesi esastır. Kurulduğu zamandan bu yana merkez direktörü olan Roger, Avrupa'daki en iyi kariyer merkezlerini incelemiş (EFMD gibi), kariyer merkezi fonksiyonlarından esinlenerek faaliyete başlamıştır. Daha sonra Almanya'daki üniversite kariyer merkezi ağını (**csnd)** incelemişlerdir**.**

İsviçre'de sadece iki üniversitede kariyer merkezi bulunmamaktadır. Diğer üniversite kariyer merkezlerinin temsilcilerinin üye olduğu Career Services Network Schweiz (csnch) ağını kurmuşlardır. Düzenli toplantılar yapan bu sosyal ağ üyeleri, üniversitelerde kariyer hizmetleri hakkında neler olup bittiğini ve firmalar hakkındaki bilgileri birbirleriyle paylaşmaktadırlar. Ağ kapsamındaki tüm etkileşimler 'gönüllülük' esasına göre yürütülmektedir.

Merkezin amacı yerleşkelerle iş dünyası arasında köprü oluşturmak ve öğrencilerin gelecekleri için en iyi kararı vermelerini sağlamak olarak belirlenmiştir.

ORGANİZASYON YAPISI HAKKINDA

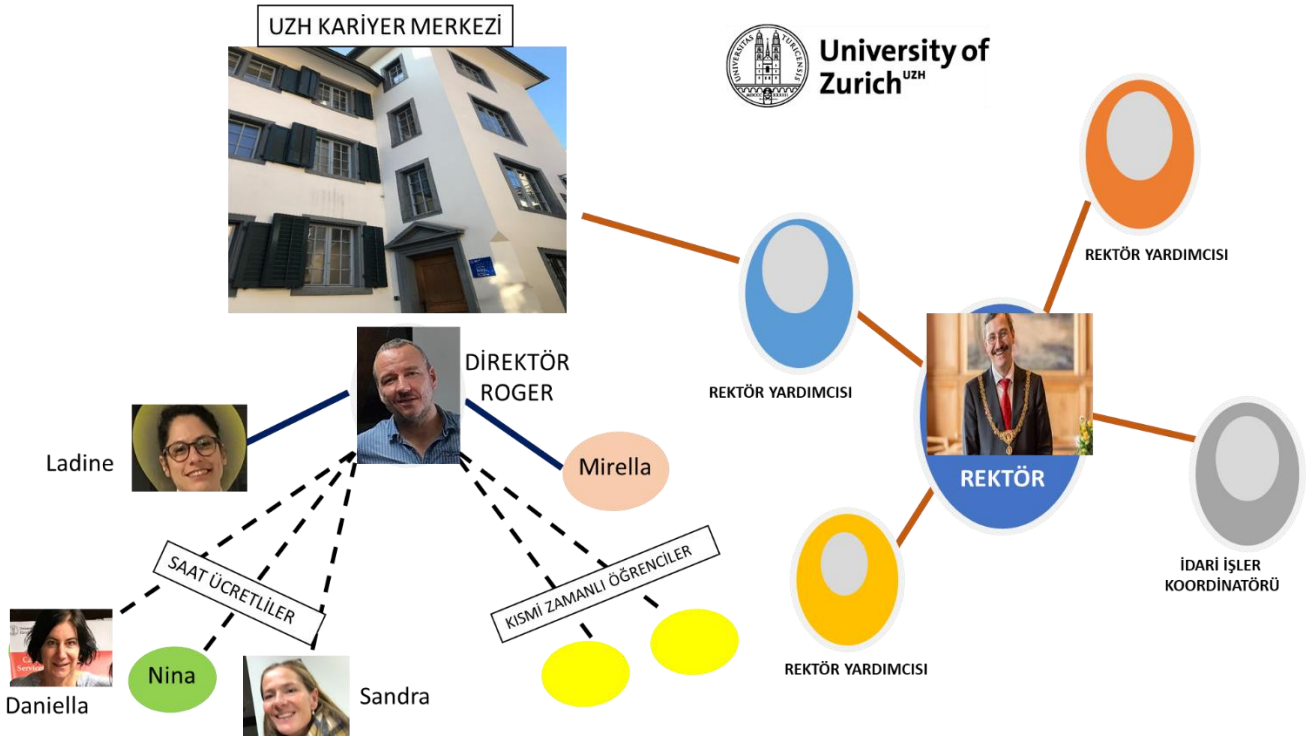
Kariyer Merkezi üniversite üst yönetimine (Rektörlüğe) bağlı olarak işlemektedir. Üniversite rektörüne bağlı üç rektör yardımcısı ve bir idari koordinatör görev yapmaktadır. Kariyer Merkezi Rektör Yardımcılarından birine bağlıdır.

Kendi içerisinde birimin yapılanışı ise “alt-birimler” halindedir. İşveren—Firma İlişkilerinin kurulması, Öğrencilere Kariyer Rehberliği Sunulması, Eğitim ve deneyim Fırsatı içeren ofis içi etkinliklerinin düzenlenmesi ve Kariyer Günleri planlama ve Uygulaması bunlara örnek olarak verilebilir.

Bu merkeze bağlı “Öğrenci Veri Bankası ve Danışmanlığı” adlı bir birim vardır. Öğrenciler yüksek lisans programları hakkında merak ettikleri bir şey olduğunda veya burs konusunda soruları bulunduğunda bu birime başvurmaktadırlar.

PERSONEL HAKKINDA

Merkezde sürekli görev alan dört personel bulunmaktadır; fakat sadece ‘bir buçuk’ kişi tam zamanlı çalışmaktadır. Birim koordinatörü Roger bile haftada dört gün istihdam edilmektedir. Gelir yaratabildikleri ölçüde saat ücretiyle başka elemanlar da çalıştırabilmektedirler. Saat başı ücretin yaklaşık 55 Frank olduğu anlaşılmıştır. Dolayısıyla merkezde “çekirdek ekip” üç kişiden oluşmaktadır: Roger, Mirelle ve Ladina. Üç kişi ise saat ücretli olarak çalışmaktadırlar: Sandra, Daniella ve Nina. İki yarı zamanlı öğrenci de merkeze destek olmaktadır. Mevcut durum Şekil1’de sunulmaktadır.



Şekil 1. Merkez yapısı

Birimin çekirdek ekibinde yer alan ve koordinatör görevini yürüten Roger, işletme alanından doktora ünvanı almıştır. Ladine ise, iletişim, insan kaynakları alanlarında eğitim aldığını, üç yıl öncesine kadar özel sektörde çalışmakta olduğunu ifade etmiştir. Öğrencilere kariyer danışmanlığı vermemekte, CV kontrolü yapmakta ve drop-in görüşmeler gerçekleştirmektedir. İşverenlerle işbirliği ve staj faaliyetlerinin sorumluluğu da kendisindedir. Saat ücretiyle görev yapan Sandra ise İngilizce öğretmenliği bölümünden mezundur ve kariyer danışmanlığı konusunda sertifika eğitimi almıştır. Öğrencilerin aldıkları on-line randevulara göre ofise gelmektedir. Kariyer danışmanlığı hizmetlerinin başvuru sahibi öğrencinin eğitim alanına göre çalışanlar arasında paylaşıldığı anlaşılmıştır. Buna göre Roger ‘Finans’, Daniella ‘Biyoloji ve Eczacılık’, Sandra ise ‘veterinerlik, hukuk, psikoloji ve temel bilimler’ öğrencilerine danışmanlık vermektedir. Öğrencinin de kendi meslek alanına hakim danışmanla görüşmeyi tercih ettiği ve bundan istifadesinin büyük olduğu tüm görüşmelerde özellikle vurgulanmıştır. On-line başvuru esnasında öğrencinin açılan bir ‘ön formu’ dolduracağına ve görüşmeye gelirken bunu yanında getireceğine söz verdiğine ilişkin kutucuğu işaretlemesi sağlanmaktadır.

MERKEZİN FİZİKSEL İMKÂNLARI HAKKINDA

Ofis üç oda ve bir toplantı salonundan oluşmaktadır. Geniş bir hole açılan odalar, gelen öğrenci için ferah bir ortam yaratmaktadır. Resim 7-11 ofisin genel görünümünü yansıtmaktadır.



Resim 7. Kariyer merkezi çalışanları-bekleme holü



Resim 8. Uzman odaları



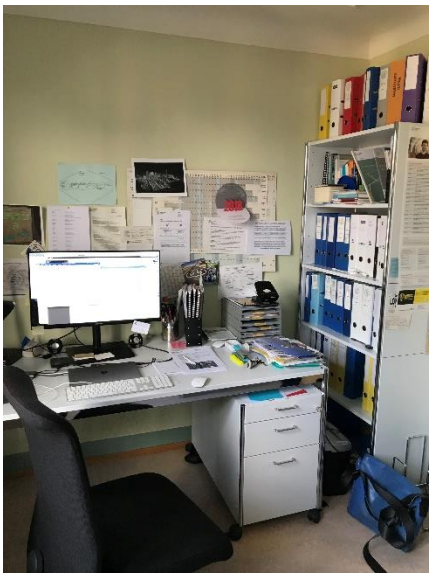
Resim 9. Bekleme holü



Resim 10. Merkez koordinatör odası



Resim 11. Kariyer danışmanı odası



Resim 12. Uzman odası



Resim 11. Toplantı odası tabelası



Resim 12. Toplantı odası



Resim 13. Toplantı odası



Resim 14. Toplantı odası-mutfak

Toplantı odası içerisinde bulunan mini mutfak hem çalışanların hem de ofise gelen öğrencilerin çay-kahve gibi imkanlardan yararlanabilmeleri açısından oldukça işlevseldir. Resimlerden de görüldüğü üzere, ofis odalarının tasarımı yerden en iyi istifade edilecek şekilde gerçekleştirilmiştir.

Ofisin giriş kapısı da Resim 15'de görülmektedir:

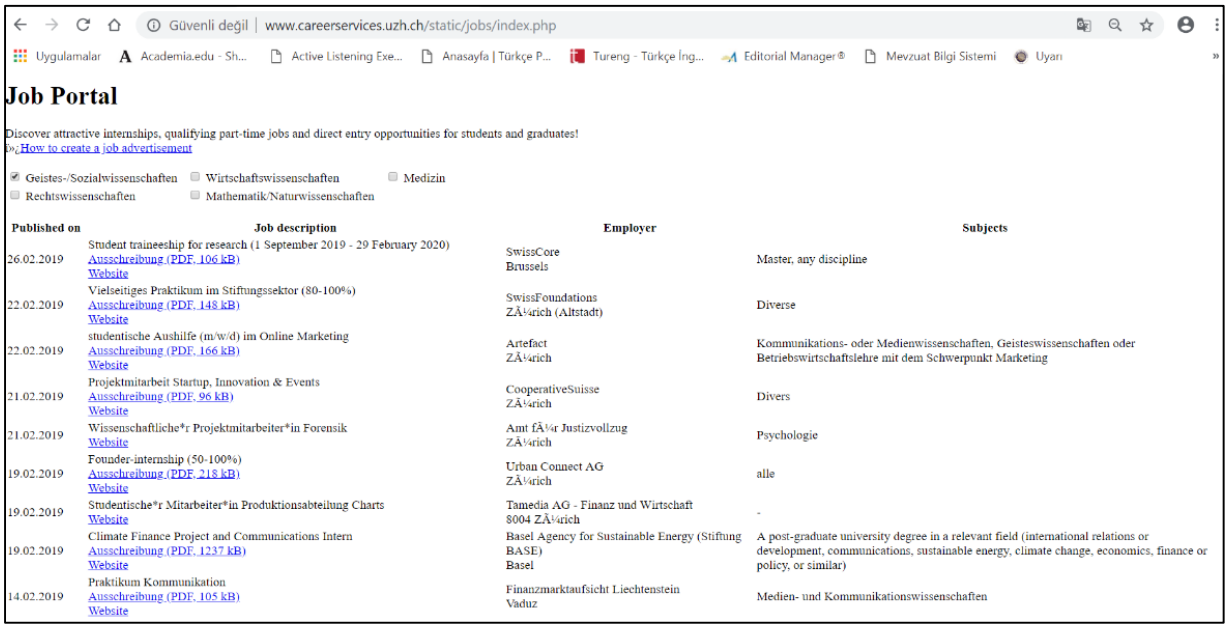


Resim 15. Merkez ofislerine giriş kapısı önü

WEB SAYFASI HAKKINDA

Web sayfasında, merkezin çalışma saatleri ve hizmetler için ayrılan zaman aralıkları açıkça ilan edildiği için öğrenciler, ne zaman hangi fırsatlardan yararlanabileceklerini bilmektedirler. Örneğin haftada 3 gün 2 saat boyunca (11.00-13.00 ve 14.00-16.00) CV kontrolü için gelebilecekleri kendilerine duyurulmuştur. Randevusuz olmakla birlikte 'geçerken uğrama' (drop-in) niteliğindeki görüşmeler için de belirlenmiş gün ve saat aralıkları da ilan edilmiştir.

Web sayfasının üstünde yer alan sekmeler incelendiğinde 'iş Portalı', 'Danışmanlık', 'Kariyer Planlama Rehberi', 'Hakkımızda', 'Uzun Kariyer Geceleri' başlıkları görülmektedir. Sitede ayrıca işverenlerin ve akademisyenlerin girişine izin veren alt sekmeler de bulunmaktadır. İş portalı sekmesi altında yer alan açık iş ilanları Resim 16'deki görünümdedir.



Güvenli değil | www.careerservices.uzh.ch/static/jobs/index.php

Uygulamalar | Academia.edu - Sh... | Active Listening Exe... | Anasayfa | Türkçe P... | Tureng - Türkçe İng... | Editorial Manager® | Mevzuat Bilgi Sistemi | Uyarı

Job Portal

Discover attractive internships, qualifying part-time jobs and direct entry opportunities for students and graduates!
Ð¿How to create a job advertisement

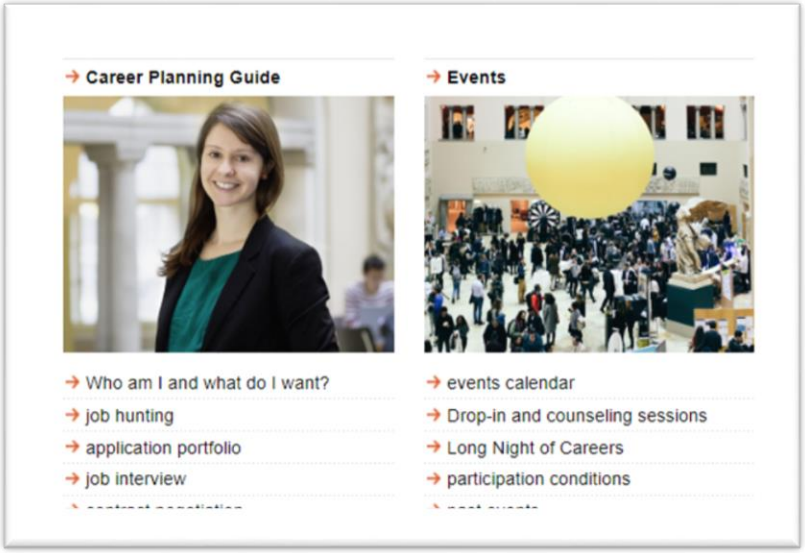
☑ Geistes-/Sozialwissenschaften ☐ Wirtschaftswissenschaften ☐ Medizin
☐ Rechtswissenschaften ☐ Mathematik/Naturwissenschaften

Published on	Job description	Employer	Subjects
26.02.2019	Student traineeship for research (1 September 2019 - 29 February 2020) Ausschreibung (PDF, 106 kB) Website	SwissCore Brussels	Master, any discipline
22.02.2019	Vielseitiges Praktikum im Stiftungssektor (80-100%) Ausschreibung (PDF, 148 kB) Website	SwissFoundations ZÃ¼rich (Altstadt)	Diverse
22.02.2019	studentische Aushilfe (m/w/d) im Online Marketing Ausschreibung (PDF, 166 kB) Website	Artefact ZÃ¼rich	Kommunikations- oder Medienwissenschaften, Geisteswissenschaften oder Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing
21.02.2019	Projektmitarbeit Startup, Innovation & Events Ausschreibung (PDF, 96 kB) Website	CooperativeSuisse ZÃ¼rich	Divers
21.02.2019	Wissenschaftliche*r Projektmitarbeiter*in Forensik Website	Amt fÃ¼r Justizvollzug ZÃ¼rich	Psychologie
19.02.2019	Founder-internship (50-100%) Ausschreibung (PDF, 218 kB) Website	Urban Connect AG ZÃ¼rich	alle
19.02.2019	Studentische*r Mitarbeiter*in Produktionsabteilung Charts Website	Tamedia AG - Finanz und Wirtschaft 8004 ZÃ¼rich	-
19.02.2019	Climate Finance Project and Communications Intern Ausschreibung (PDF, 1237 kB) Website	Basel Agency for Sustainable Energy (Stiftung BASE) Basel	A post-graduate university degree in a relevant field (international relations or development, communications, sustainable energy, climate change, economics, finance or policy, or similar)
14.02.2019	Praktikum Kommunikation Ausschreibung (PDF, 105 kB) Website	Finanzmarktaufsicht Liechtenstein Vaduz	Medien- und Kommunikationswissenschaften

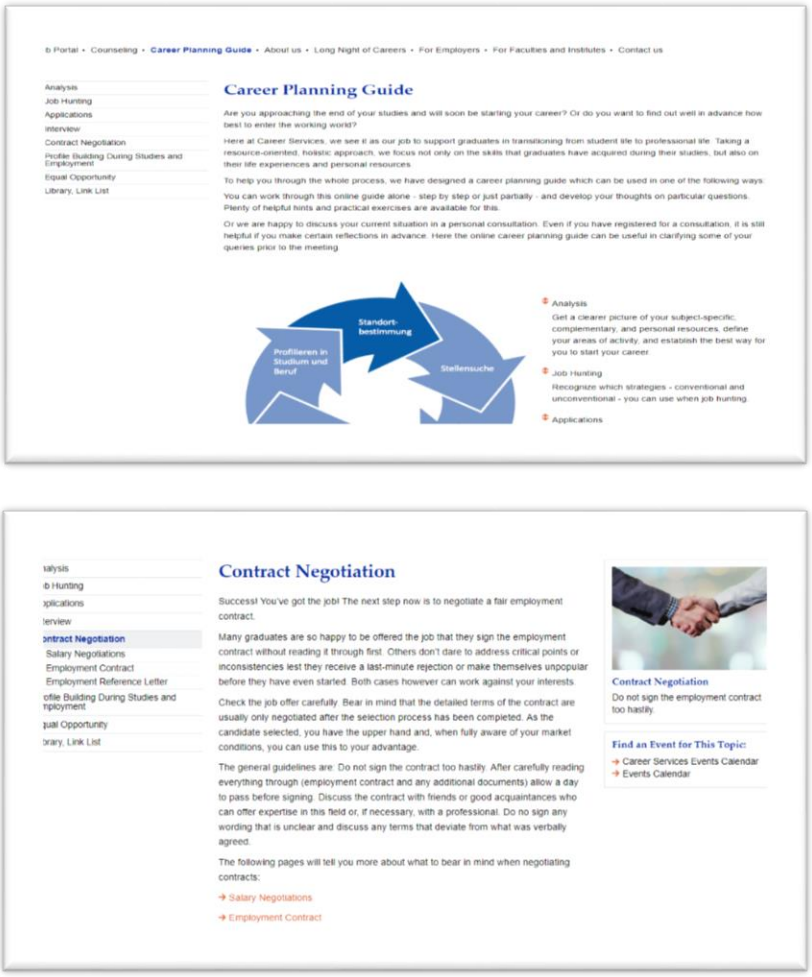
Resim 16. İş portalı web görünümü

Kariyer Merkezinin web sayfası oldukça kapsamlı bilgi içeren bir yapıyı yansıtmaktadır. Örneğin Resim 17, kariyer planlama rehberi ve etkinlikler hakkında bilgilendirmeleri içeren bölümü göstermektedir. Etkinlik takvimi, danışmanlık oturumlarına dair bilgilendirmeler ve katılım koşullarının açıklandığı içerikler siteye yüklenmiş durumdadır. Merkez web sayfasında on-line bir kılavuz bulunduğundan, randevu üzerine gelen öğrencilerin bu materyalde yanıt alamadığı soruları olduğu ön kabulü söz konusudur.

Kariyer Planlama Rehberi sekmesinde var olan içerik kısa ama aydınlatıcı temel bilgileri içermektedir. Resim 18'den de görülebileceği gibi, iş arama, mülakat ipuçlarının yanı sıra işe girerken ücret pazarlığı stratejileri de anlatılmaktadır.



Resim 17. Web sayfası görünümü 1



Resim 18. Kariyer planlama rehberi: alt sekmeler

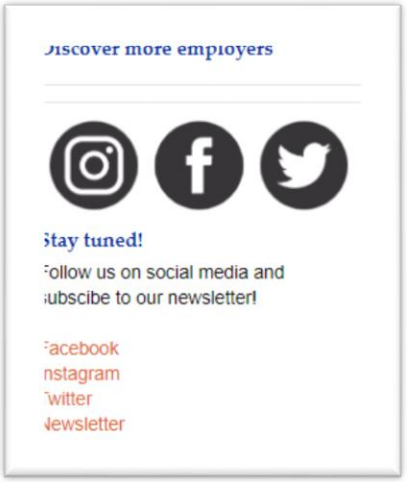
Web sayfasında dikkat çeken hususlardan biri sponsor firmaların logolarına yer verilmiş olmasıdır (Bkn. Resim 19). Bu logoların altında diğer küçük ve orta ölçekli firmaların tanıtımına ayrılmış bir sekme daha bulunmaktadır. Web sayfasında işverenler için de bir ara yüz bulunmakta, dahil olmak istedikleri etkinlikler için alternatif konu önerilerine erişerek, başvuruda bulunabilmektedirler. Ayrıca sponsorluk teklif edecek firmalar da aynı ara yüzü kullanmaktadırlar. Web sayfasında sadece 'bilindik' firmaların iş ilanlarını yayınladıkları, ancak yerleştirme işlevlerinin olmadığını ifade etmişlerdir.



Resim 19. Web sayfasındaki sponsor firmaların logoları

Bir portal üzerinde öğrenci-firma ve kariyer merkezinin eş zamanlı olarak etkileşimde olduğu da anlaşılmıştır. Ticari işletmeler haftalık 150 Frank ödeme yapmakta, sivil toplum kuruluşlarından ve eğitim kurumlarından portal için bir ücret alınmamaktadır. Portala reklam vermek isteyenler ilave bir ücret ödemektedir. Bu rakamlar Üniversitenin belirlediği rakamdan daha az olamamakta ancak, Merkez kendisi daha fazlasını isteyebilmektedir. Bu gelir kalemi broşür basımı, saat ücretli elemanların maaşları gibi kalemleri karşılamak üzere kullanılmaktadır.

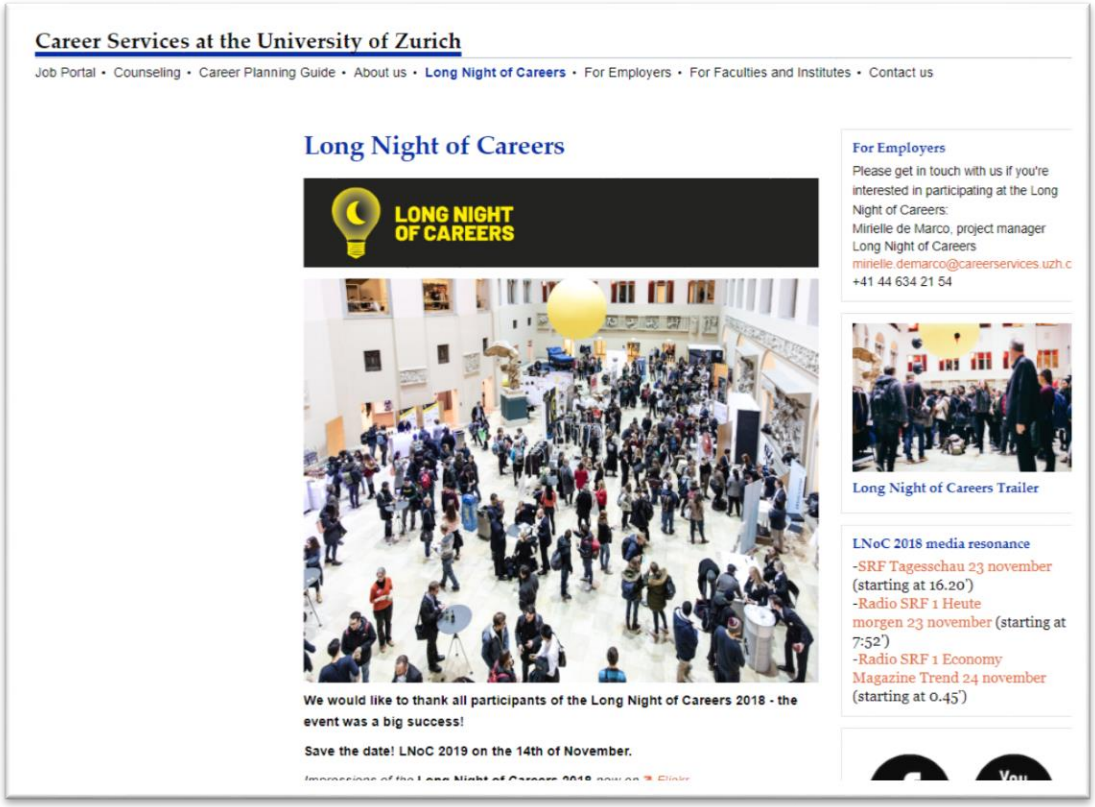
Web sayfasında, merkezin iletişim bilgilerinin yanı sıra sosyal medya hesaplarının linkleri de vardır (Bkn. Resim 20.)



Resim 20. Sosyal medya hesaplarının linkleri

Uzun Kariyer Geceleri[1], kariyer merkezinin en çok ses getiren etkinliğidir. 2018 yılında yapılmış olan etkinliğin tanıtıldığı fotoğraf ve anekdotlarla zenginleştirilmiş bir içerik web sayfasına konmuş durumdadır (Bkn. Resim 20).

[1] Bu etkinliğe Öğrencilere Sunulan Hizmetler başlığı altında ayrıntılı bir şekilde yer verilecektir.



Resim 20. Gece boyu kariyer etkinlikleri sekmesi: haberler

ÖĞRENCİLERE VERİLEN HİZMETLER HAKKINDA

UZH Kariyer Merkezi, hedef grubu olan etkinlikler düzenlemektedir. Örneğin Öğretmenlik bölümü öğrencileri ya da Gazetecilik Bölümü öğrencileri için onlara özgü oturumlar hazırlanmaktadır. Girişimcilik ya da Lisansüstü eğitim gibi herkesi ilgilendiren etkinlikler de yapılmaktadır. Bazı etkinlikleri Zürih Üniversiteleriyle eşzamanlı ve aynı içerikle planladıkları, her üniversitenin aynı konu başlığını farklı uzmanlarla ele alabildiği ancak aynı gün ve saatte etkinliğin gerçekleştirildiği de anlaşılmaktadır.

Eğitim konuları ya da düzenlenecek çalıştayların içeriği, 'Kariyer Döngüsü' (career cycle) adlı web sayfası alt alanına gelen talepler değerlendirilerek belirlenmektedir. En popüler konu başlıkları iş arama (job hunting), iş mülakatı, profil oluşturma ve uygulama odaklı konular olarak belirginleşmektedir.

Bireysel kariyer rehberliği görüşmelerinin haftada yaklaşık yedi oturum olarak planlandığı; azami 12 görüşmenin yapılabildiği ifade edilmiştir. Görüşmenin bir kısmı, öğrencinin kendi kendine bazı 'ödevleri' tamamlamasını içermektedir. Becerileri, ilgileri, değerleri üzerine düşünmeleri sağlanmaktadır. Ancak uygun eğitime sahip olmadıkları için merkezin hiçbir elemanı beceri testi uygulamamaktadır. Görüşme kayıtlarının tutulmadığı çünkü bir öğrencinin sadece bir kez merkezden yararlanma imkanı olduğu da belirtilmiştir. Kadın öğrenciler erkeklere kıyasla merkeze daha çok başvuru yapmaktadırlar.

İsviçre'de üniversite mezunlarının neredeyse tamamı yüksek lisans ve doktora eğitimine devam etmektedir. Akademi mensuplarının 'ben yetiştiririm, gerisi beni ilgilendirmez; daha çok öğrenmek istiyorsan biz buradayız; ama iş tamamen senin meselen' şeklinde bir düşünceye sahip olduğu görüşmeler sırasında sık sık ifade edilmektedir.

Merkezin planladığı bazı temel kariyer etkinlikleri izleyen bölümde özetlenmektedir:

1. **Çalıştaylar:** Özgeçmiş ve niyet mektubu yazım eğitimi gibi etkinlikler küçük workshoplar halinde, 18-20 kişilik ekipler halinde düzenlenmektedir.

2. **Mülakat Simülasyonu:** Gerçek işverenlerle düzenlenen iş mülakatı görüşmeleri düzenlenmektedir. Bu uygulamada öğrencilerin hazırlıklı gelmeleri beklenmekte, zaman olarak yarım saat genel sorular için, 15 dakika da geribildirim için verilmektedir.

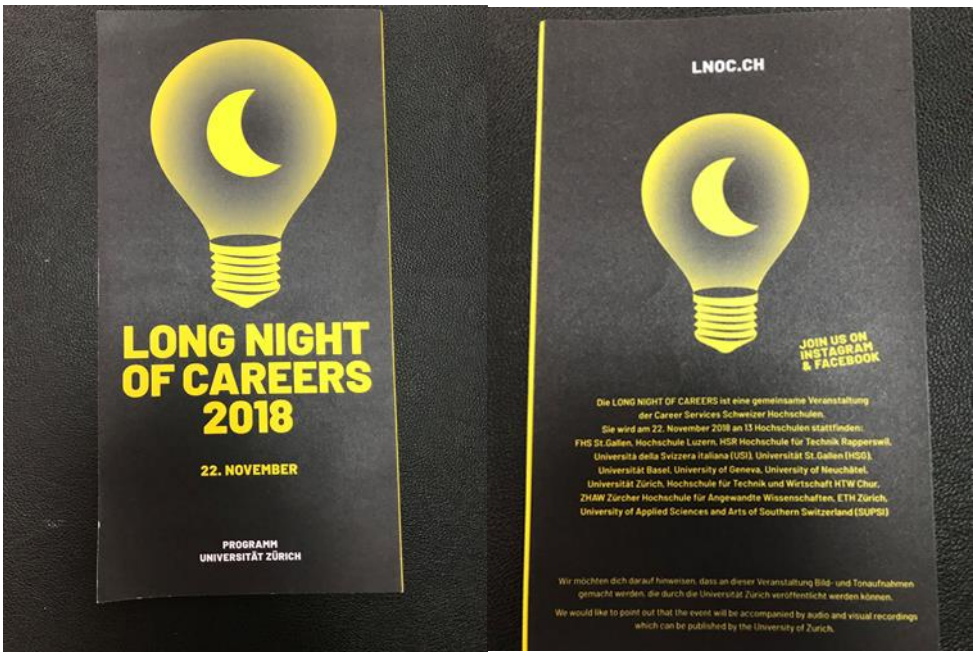
3. **İş İlanlarının Duyurulması:** İşverenlerden gelen açık iş ilanları hem web sayfası üzerinde yayınlanmakta hem de mail veya telefon aracılığıyla öğrencilere bildirmektir. Bu tür duyuru mailleri hedef gruplara yönelik de olabilmektedir.

4. **Firma Etkinlikleri/Fuarlar:** Yerleşke içinde firmalar etkinlikler düzenleyerek afiş veya broşür dağıtabilmekte ve kendi tanıtımlarını yapabilmektedirler. Bu kapsamda stant açmakta ve yiyecek-içecek verilmesi gibi çocukları cezbedecek etkinlikler düzenlemektedirler.

5. **Kampüste İşe Alım:** Yerleşkeye gelen firmalar, işe alım mülakatları gerçekleştirmektedir. Örneğin Bloomberg firması, kampüste mülakat yapmıştır. Bu etkinlik bazen on-line olarak da gerçekleştirilmektedir.

6. **Gece Boyu Kariyer Etkinlikleri:** Bu etkinlikler kariyer merkezi tarafından gece boyunca düzenlenen kariyer etkinlikleridir. Öğrencilerin ilgisini daha da çekebilecek,

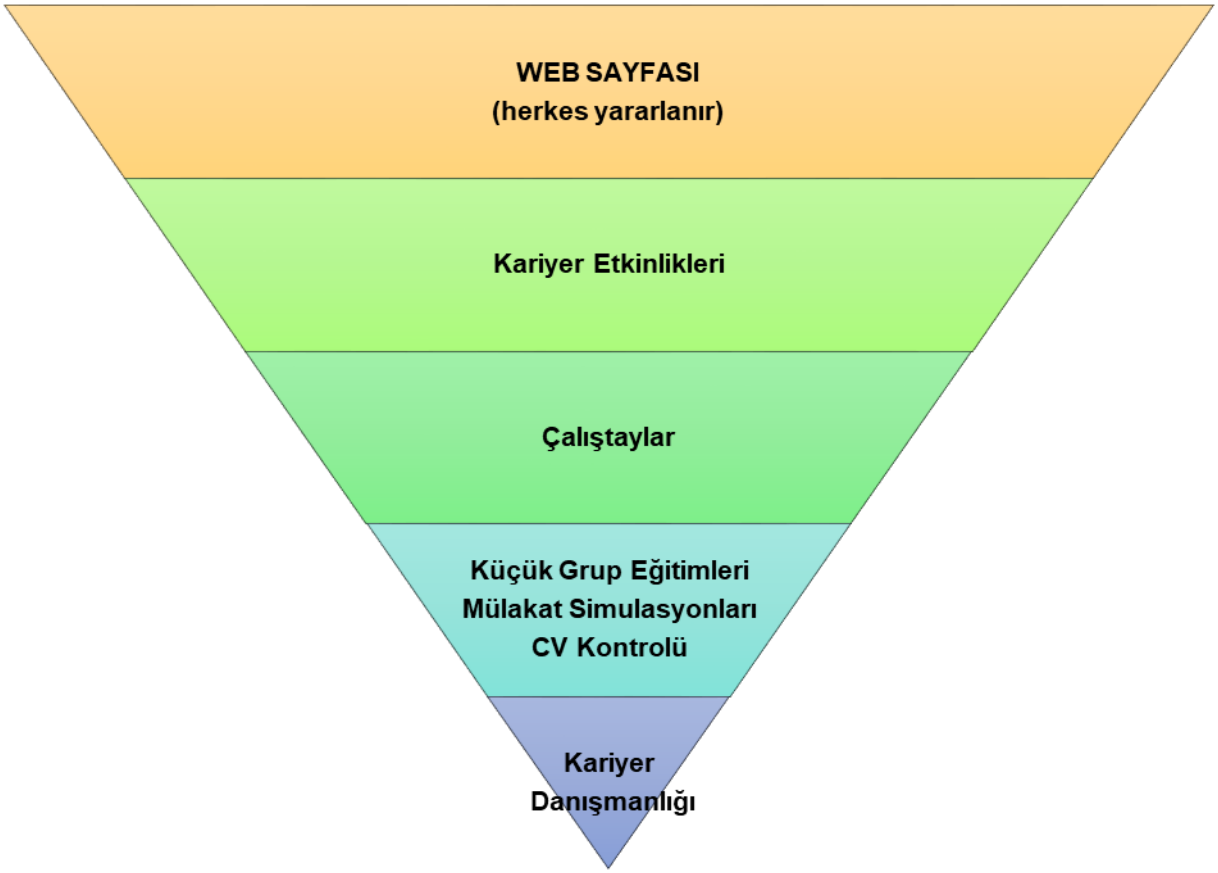
farklı saatlerde, farklı konseptlerde düzenlenen etkinlikler kariyer merkezini etkin bir şekilde tanıtacak uygulamalara örnek teşkil etmektedir (Bkn. Resim21).



Resim 21. Etkinlik broşürü örneği

Çok yerleşkeli bir yapıları olduğu için merkez elemanları, fakültelere eğitim vermek üzere gitmektedirler. Her fakültenin kendi ‘kariyer merkezi’ de bulunmaktadır. Ancak genel bilgilendirme eğitimleri için esas kariyer merkezi elemanları için bir oda ayrıldığı, bazen danışmanlık oturumları için de benzer yolu izledikleri anlaşılmıştır. Fakültelerin düzenledikleri kariyer etkinliklerine sadece ‘katkı’ yaptıklarının altı çizilmiştir. Örneğin fakültede düzenlenen bir seminere merkez çalışanları da azami 1 saatlik sunum yapmak üzere dahil olmaktadırlar.

Öğrencilere sunulan hizmetler açısından her bir uygulamanın bütün öğrencilere ulaşmasının gerçek dışı bir hedef olduğu ifade edilmektedir. Görüşülen elemanlardan biri bu durumu, kendi çizdiği ve Şekil 2.’de özetlenen bir diyagram ile izah etmektedir:



Şekil 2. Merkez etkinliklerinin yöneldiği hedef kitle büyüklüğü

Şekil 2'den de izlenebileceği gibi, web sayfasının içeriğinin yeterince zengin olması gerektiği ve ilgili öğrencilerin buradan ihtiyaç duydukları pek çok bilgiyi edinebildikleri düşünülmektedir. Yıl içerisinde en az 2 kez düzenlenen kariyer günleri de öğrencilerin büyük çoğunluğunun istifade edebileceği bir iş kalaemi olarak betimlenmektedir. Buna karşılık, çalıştaylar, küçük eğitimler, mülakat simülasyonları sınırlı sayıda öğrenci için sunulan hizmetlerdir. Bireysel kariyer rehberliği hizmeti de şanslı azınlık diyebileceğimiz son derece az sayıda öğrenciye sunulabilmektedir. Bu rehberlik oturumları yaklaşık 45 dakika sürmektedir. Birim koordinatörü Roger, mülakat simülasyonlarının ayda azami 20 öğrenci için (günde 1 öğrenci) planlandığını, bireysel kariyer danışmanlığı için randevu verilen öğrenci sayısının ayda 30-40 kişi olduğunu ifade etmektedir.

Mezuniyet aşamasına yaklaşan öğrenciler ile yüksek lisans eğitimi almakta olan öğrencilerin en yoğun gelen kesim olduğu belirtilmektedir. Planlanan kariyer etkinlikleri, rektörlük aracılığıyla erişim imkanı verilmiş olan veri tabanından tüm öğrencilere e-mail göndererek ve web sayfasında ilan ederek duyurulmaktadır.

BİREYSEL KARİYER DANIŞMANLIĞI HAKKINDA

Öğrenci, web sayfası üzerinden randevu aldıktan sonra CV sini de sisteme yüklemektedir. İlgili danışman görüşme gününden önce bu özgeçmişi incelemekte ve ön hazırlık yapmaktadır. Yaklaşık 1 saat sürecek görüşmenin planlanması görüşmenin ne denli faydalı olacağının belirleyicisi olarak değerlendirilmektedir. Özellikle başvuran öğrencinin meslek dalındaki sektöre ait 'gizli işler' (hidden jobs) açısından yapılan araştırmanın işlevselliği vurgulanmaktadır. Örneğin, Daniella ile yapılan mülakatta, izlediği rota bu ön hazırlığın ne denli ciddiyetle gerçekleştirildiğine bir kanıt olarak değerlendirilebilir (Bkn. Şekil 3).



Şekil 3. Danışmanlık süreci temel yönlendirme diyagramı

Yapılan görüşmelerin sonunda danışmanlığa gelenlerin genelde yüksek lisans öğrencileri olduğu; doktora öğrencilerinin ise genelde son sınıfta geldiği ve 2 danışmanla görüştükleri belirtilmiştir. Bu öğrencilerin akademik çalışmalardan iş hayatına geçişte özellikle danışmanlık almak istedikleri ifade edilmekle birlikte bu durum daha önce önerildiği şekilde doktora ve doktora sonrası kariyer danışmanlığı almak isteyen öğrenciler için ayrı danışmanların olması gerektiğinin önemini arttırmaktadır.

Kariyer danışmanlığı hizmeti öğrencilere ve mezun olduktan 1 yıl sonrasına kadar ücretsiz vermektedir. Mezuniyeti üzerinden bir geçenler ise belli bir ücret bu hizmetten yararlanabilmektedir.

BÜTÇE

Kariyer merkezi uygulanan bu etkinliklerin hepsinden ücret almakta olup bu ücretler ise üniversitenin ilgili birimleri tarafından belirlenen fiyatların üzerinde olmaktadır. Bir portal üzerinde öğrenci-firma ve kariyer merkezinin eş zamanlı olarak etkileşimde olduğu da anlaşılmıştır. Ticari işletmeler haftalık 150 Frank ödeme yapmakta, sivil toplum kuruluşlarından ve eğitim kurumlarından portal için bir ücret alınmamaktadır. Portala reklam vermek isteyenler ilave bir ücret ödemektedir. Bu rakamlar Üniversitenin belirlediği rakamdan daha az olamamakta ancak, Merkez kendisi daha fazlasını isteyebilmektedir. Bu gelir kalemi broşür basımı, saat ücretli elemanların maaşları gibi kalemleri karşılamak üzere kullanılmaktadır.

Mezuniyeti üzerinden bir yıl geçenler den de bireysel kariyer danışmanlığı talep ettiklerinde belli bir ücret alınmaktadır. Bu da kariyer merkezine ayrı bir gelir sağlayarak kendi bütçesini yaratması açısından önem teşkil etmektedir.

RAPORLAMA ve KAYIT TUTMA

Kariyer merkezi her yılsonu faaliyet raporu düzenlemekle; her gün Google sheets kısmına kaç firma ile iletişime geçildiği, kaç öğrenciyle görüşüldüğü gibi bilgiler anlık olarak girilmektedir. Böylece kariyer merkezinin diğer çalışanları tarafından da ulaşılabilen ortak sistem üzerinden veri paylaşımı yapılabilmektedir.

EK – 3

TEK VE ÇOK YERLEŞKELİ DEVLET ÜNİVERSİTELERİ İÇİN KARİYER MERKEZİ MODEL ARAYIŞI ÇALIŞTAY RAPORU

Çalıştay Tarihi: 25 Eylül 2018

Düzenlenme Yeri:

Ankara Üniversitesi Kurumiçi ve Kurumlararası Eğitim Merkezi

Çalıştay, TÜBİTAK tarafından desteklenen *Üniversite Kariyer Merkezlerinin Değerlendirilmesi, Tek Yerleşkeli ve Çok Yerleşkeli Üniversiteler için Alternatif Model Önerileri* (Proje No: 116R044) adlı proje kapsamında, "tek ve çok yerleşkeli üniversiteler" için geliştirilen modelin katılımcılara sunulması ve görüşlerinin alınması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Prof.Dr. Metin Pişkin, Prof.Dr. Müge ERSOY KART, Prof.Dr. Selahiddin ÖĞÜLMÜŞ, Dr.Öğr.Üyesi Özgür GÜLDÜ, Öğr.Gör. Merve ARSLAN ve Araş.Gör. Sedat GELİBOLU'dan oluşan proje ekibi tarafından düzenlenmiştir.

Çalıştaya, proje verilerinin toplandığı 19 devlet üniversitesinin kariyer merkezi temsilcileri davet edilmiştir. 16 üniversiteden merkez müdürü ya da uzman olarak görev yapan toplamda 17 kariyer merkez çalışanı etkinliğe katılmıştır.

Çalıştay, Ankara Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Sibel Ayşıl ÖZKAN tarafından çalıştay açılış konuşması ile başlamıştır. Sonrasında proje araştırmacısı Prof.Dr. Müge ERSOY KART, 01 Temmuz 2018 tarihinde TÜBİTAK'a sunulan *Araştırma Projesi Bilimsel Gelişme Raporu'nu* içeren bir sunum gerçekleştirmiştir. Sunumda, 16 Ağustos 2017 - 22 Şubat 2018 tarihinde tarihleri arasında 20 devlet üniversitesi kariyer merkezlerinin ziyaret edilerek, merkezlerden sorumlu yönetici ve personelle gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler sonrasında elde edilen verilere yer verilmiştir.

Bu sunum sanrasında proje yürütücüsü Prof.Dr. Metin PİŞKİN, gerek ziyaret edilen devlet üniversitelerinden, gerekse iyi örnekler olarak nitelendirilen Ankara ve İstanbul'daki 4 vakıf üniversitesi görüşmelerden elde edilen verilerin ve proje ekibi tarafından yerinde yapılan gözlemlerin, ilgili alan yazın bağlamında değerlendirilmesi sonucunda oluşturulan kariyer merkezleri modelinin katılımcılara sunumunu gerçekleştirmiştir (Bkz. Şekil 1).

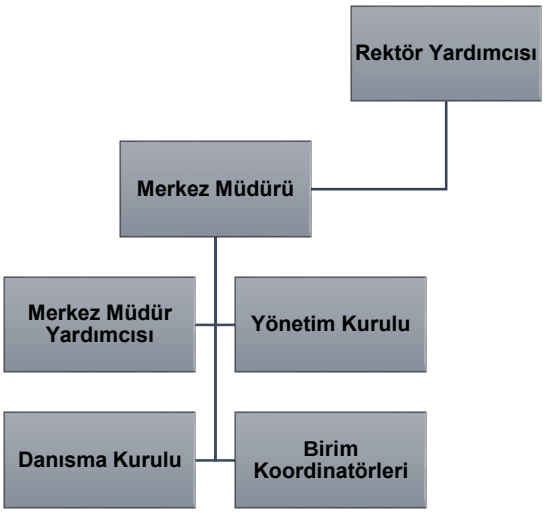
Hem tek yerleşkeli, hem de çok yerleşkeli üniversiteler için geliştirilen model organizasyon şeması, merkez hedefleri, öğrencilere yönelik faaliyetler, mezunlara yönelik faaliyetler, sunulan hizmetlerin planlanması, personelin nicelik ve nitelik durumu, merkezlerin fiziksel yapısı, merkezde bulunan kaynak ve ekipmanlar, tanınırlık faaliyetleri, finansal konular ve işbirliği yapılan kurumlar olmak üzere on bir temel parametreye dayanmaktadır.



Şekil 1. Kariyer merkezi modeli

Kariyer merkezi modelinin temellendirildiği bu parametrelerin içerikleri ve bunlar hakkındaki katılımcı görüş ve önerileri şöyledir:

1. Organizasyon şeması: Modelde kariyer merkezlerinin "bir rektör yardımcısına bağlı olması ve merkez müdür ve müdür yardımcısı ile yönetim kurulu, danışma kurulu ve birim koordinatörlerinden oluşan bir yapı içerisinde faaliyetlerini yürütmesi önerilmiştir.



Şekil 2. Kariyer merkezi organizasyon yapısı

Katılımcılar Şekil 2.'de önerilen organizasyon yapısının uygun olduğunu belirtmişlerdir. Birim koordinatörlüğünün büyük kariyer etkinliklerinin planlanmasında önemli bir role sahip olduğu, etkinliklerin ve katılımcıların planlanmasında büyük katkı sağladığı ifade edilmiştir. Ayrıca birim koordinatörlerinin kariyer konusuna ilgisi olan akademik personel arasından seçilmesi ve belli periodlarla değiştirilmesinin de uygun olacağını belirtilmiştir:

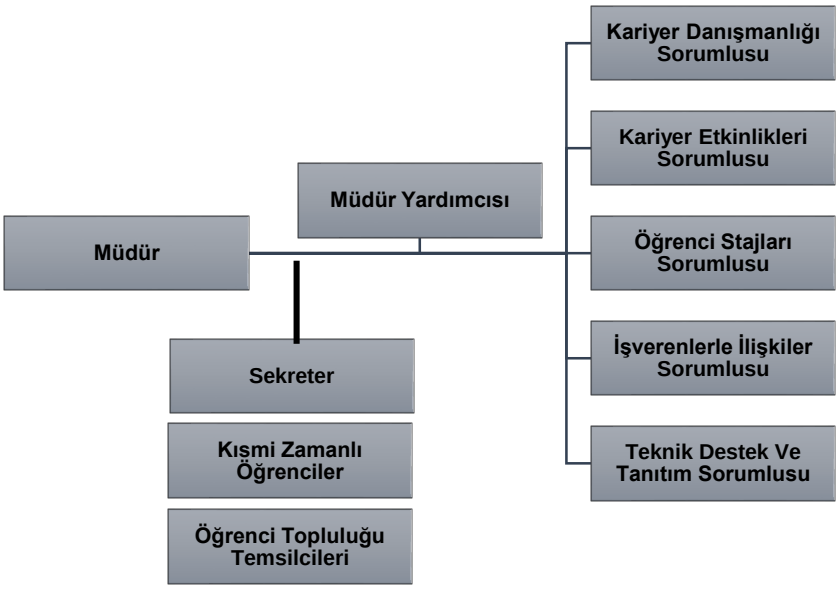
> *"… Üçüncü kariyer zirvemizi yaparken birim koordinatörlerimizin olması çok iyi oldu. … birim koordinatörleriyle biraraya geldik kimlerin çağırılabileceğini beraber belirledik. Büyük organizasyonlarda birim koordinatörleri yapılan işlerin daha düzgün çıkmasında yardımcı oluyor. … " (KM-8)*

Danışma kurulunun yapısı da katılımcılar tarafından tartışılmıştır. Bu kurulda devlet ve özel sektöründen temsilcilerinin yanı sıra, öğrenci ve mezun temsilcilerinin de yer almasının ve onlarla etkin bir işbirliği içinde olunmasının önemine dikkat çekilmiştir.

> *"… Biz danışma kurulunu şu anda oluşturuyoruz. … Öğrenci, mezun ve akademikler olarak üçe ayırdık. Öğrenci ve mezunlarla sıcak temas çok önemli…" (KM-4)*

Birim İçi Organizasyon Şeması: Modelde kariyer merkezlerinin *"merkez müdür ve müdür yardımcısı yönetiminde kariyer danışmanlığı, kariyer etkinlikleri, öğrenci stajları, işverenlerle*

ilişkiler ve teknik destek ve tanıtım sorumluları ile sekreter, kısmi zamanlı öğrenciler ve öğrenci toplulukları temsilcilerinden" oluşan bir organizasyon yapısı ile faaliyetlerini yürütmeleri önerilmiştir (Bkz. Şekil 3).



Şekil 3. Kariyer merkezi birim içi organizasyon yapısı

Kariyer merkezi temsilcileri halihazırda kendi üniversitelerindeki organizasyon yapılarını ve personel sayılarını paylaşmışlardır. Önerilen birim içi yapının kariyer merkezinin işlevlerini sürdürebilmesi için ideal bir yapı olduğunu belirtmişlerdir. Ancak mevzuat nedeniyle, merkezlerin "öğrenci staj faaliyetlerini" tek başına yürütemeyecekleri, üniversitenin ilgili diğer birimleriyle koordinasyon içinde olması gerektiği ifade edilmiştir. Bu çerçeve de kariyer merkezlerinin sadece, öğrencilerin staj yerlerini bulmalarında yardımcı olabilecekleri, bir anlamda köprü görevi göreceği belirtilmiştir.

> *"… Yasa gereği stajlarda öğrencilerin SGK primlerinin ödenmesinde okulların yöneticileri sorumlu. Dekan işveren oluyor yasa gereği, dolayısıyla bu tür bir sorumluluğu kariyer merkezi alamaz." (KM-18)*

> *"… Kariyer merkezi sadece köprü görevi görüyor. Öğrencilerin ilgili kişilere ulaşmalarında yardımcı oluyoruz. Firmalarla gerekli kontağımız var, öğrencinin staj yeri ihtiyacı varsa, öğrencinin firma ile görüşmesini sağlıyoruz. Daha sonra okullarında stajdan sorumlu memura yönlendiriyoruz, işlemler için. … Üniversiteler*

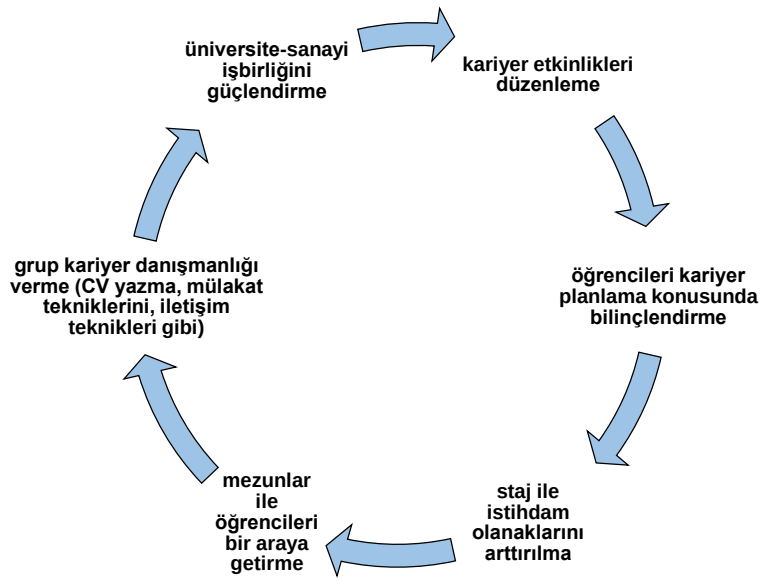
naylon staj dedikleri göstermelik stajı istemiyorlar. Böyle bir uygulama ile öğrencinin kimin vasıtasıyla staja gittiğini, gerçekten staj yapıp yapmadığı belirleniyor. Böylece hem fakülte kendisini garantiye alıyor, hem firma kendisini garantiye alıyor. Bizde arada o güveni ikisine de vermiş olan birim olmuş oluyoruz." (KM-12, KM-19)

Ayrıca birbirlerini tamamlayıcı görevler olmaları nedeniyle *"işverenle ilişkiler, öğrenci stajları ve kariyer etkinliklerinin*" tek bir personel tarafından yürütülebileceği belirtilmiştir.

"… İşverenlerle ilişkiler ve öğrenci stajları bir bütün. İşverenleri organizasyonla cezbedip, öğrencileri oraya staja gönderiyoruz." (KM-12)

"… o zaman kariyer etkinliklerini de bunlarla birleştirmek lazım. Çünkü işverenlerle ilişkileri sağladığımız yer kariyer etkinlikleri." (KM-13)

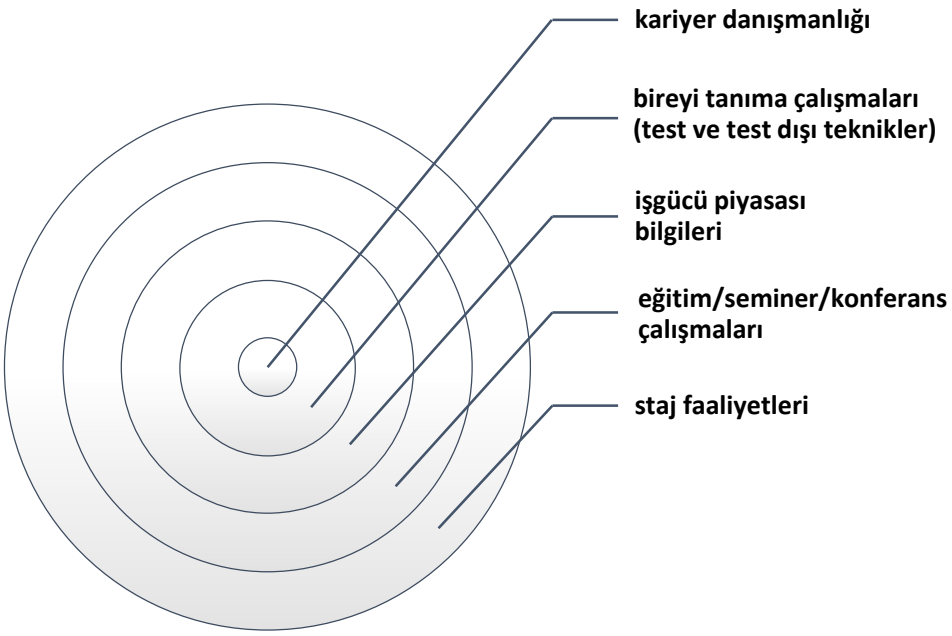
2. Kariyer Merkezinin Hedefleri: Modelde kariyer merkezlerinin temel hedefleri olarak *"kariyer etkinlikleri düzenleme, öğrencileri kariyer planlama konusunda bilinçlendirme, staj ile istihdam olanaklarını arttırma, mezunlar ile öğrencileri biraraya getirme, grup danışmanlığı verme ve üniversite-sanayi işbirliğini güçlendirme"* önerilmiştir.



Şekil 4. Kariyer merkezinin hedefleri

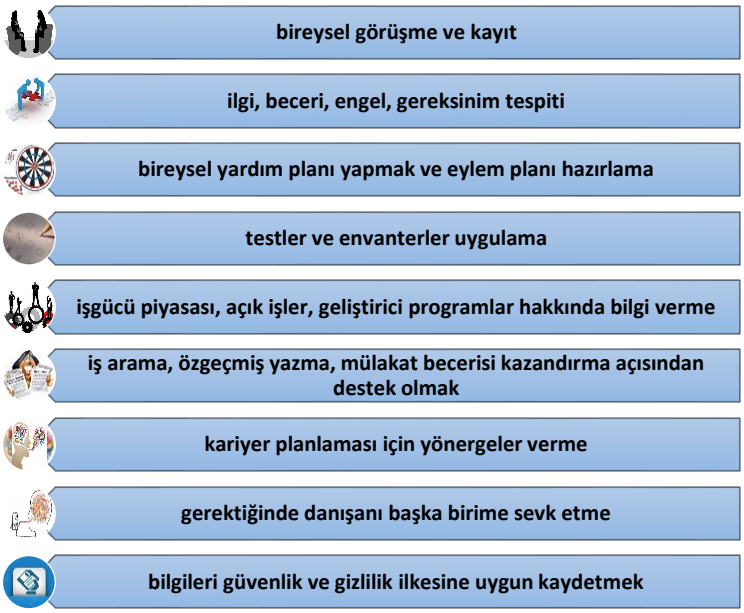
Katılımcılar Şekil 4.'de sunulan bu hedeflere *"staj ve istihdamda tercih edilebilir hale gelinmesinin sağlanması"*, *"21. yy iş becerilerinin kazandırılması"* ve *"öz farkındalığın arttırılması"* hedeflerinin de eklenmesini istemişlerdir.

3. Kariyer Merkezinin Faaliyetleri: Modelde bir kariyer merkezinin gerçekleştirmesi gereken temel etkinlik alanları *"kariyer danışmanlığı, bireyi tanıma çalışmaları, işgücü piyasası bilgileri, eğitim-seminer-konferans çalışmaları, staj faaliyetleri"* olarak önerilmiştir.



Şekil 5. Kariyer merkezi faaliyetleri

Şekil 5.'de sunulan bu temel etkinlik alanları kapsamında, kariyer merkezlerinde gerçekleştirilecek faaliyetlerin ise aşağıdaki şekliyle modelde yer alması önerilmiştir:



Şekil 6. Kariye merkezlerinde gerçekleştirilecek faaliyetler

Katılımcılar Şekil 6.'da önerilen bu etkinliklerin yeterli olduğunu belirterek, modele eklenmesi için herhangi bir öneride bulunmamışlardır. Kendi etkinliklerini gerçekleştirirken edindikleri deneyimleri de paylaşan katılımcılar, özellikle yetişmiş uzman personel, görüşme mekânı ve görüşme süresi konularında sorun yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Kariyer danışmanlığı hizmeti verilen merkezlerde, uzman olmayan personel tarafından gerçekleştirilen görüşmelerde psikolojik danışma ve kariyer danışmanlığı süreçlerinin birbirine karıştırıldığı, sınırların çok iyi belirlenemediği ifade edilmiş, kariyer danışmanlığı alanında eğitim gören personel sayının yetersizliğine dikkat çekilmiştir. Personelleri arasında hem kariyer danışmanı hem de psikolog bulunan merkezler ise ilk görüşmeyi kariyer danışmanın gerçekleştirdiğini, gerek görüyorsa ikinci görüşmede psikoloğa yönlendirdiklerini ifade etmişlerdir.

> *"… Hem psikoloğumuz var hem kariyer danışmanımız. Kariyer danışmanı, psikoloğun gerekli olduğu durumlarda öğrenciyi ona yönlendiriyor bir sonraki seansta." (KM-18)*

Kariyer danışmanlık süresinin de 45-50 dakika olarak belirlenmesi gerektiği, böylece randevulu çalışan merkezlerde etkin bir zaman planlamasının gerçekleştirilebileceği ifade edilmiştir. Modelde de bu şekliyle yer alması istenmiştir.

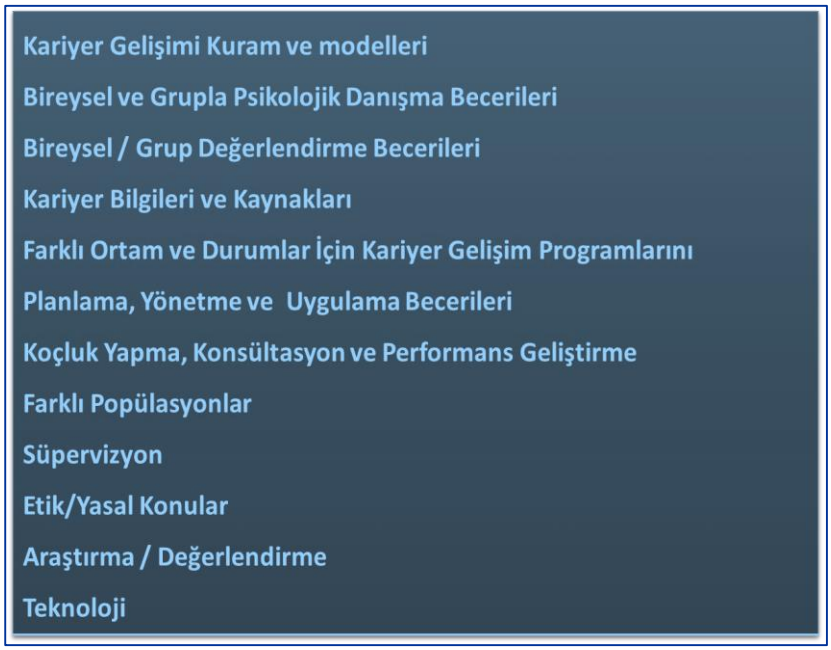
Modelde bireyi tanıma çalışmaları, eğitim, seminer ve konferans çalışmaları ve bunları gerçekleştirecek personelin nitelikleri konusunda da aşağıdaki hususlar önerilmiştir:

Bireyi Tanıma Çalışmaları: Modelde kariyer danışmanlığı hizmeti gerçekleştirirken görüşme, gözlem ve ölçekler gibi çeşitli ölçme teknikleri kullanılabileceği belirtilmiştir. Özellikle kullanılacak ölçeklerin geçerlik ve güvenirlik analizlerinin gerçekleştirilmiş olmasına dikkat çekilmiştir. Ayrıca ölçeklerin gerçekten ihtiyaç varsa, bu konuda eğitim almış uzmanlar tarafından uygulanmasının ve sonuçların belirlenen ölçütlere göre değerlendirilmesinin önemli olduğu belirtilmiştir. İhtiyaca göre en uygun ölçeğin belirlenerek uygulanması ve sonuçlarının da danışmanlık süreci içinde mutlaka değerlendirilmesi model kapsamında ele alınan diğer önemli hususlardır.

Eğitim, Seminer ve Konferans Çalışmaları: Model kapsamında öğrencilere gerçekleştirilecek olan eğitim, seminer ve konferansların bir ihtiyaç analizi çerçevesinde gerçekleştirilmesi önerilmiştir. İhtiyaç analiziyle verilecek eğitimler belirlendikten sonra "içerik, yöntem, eğitimciler, mekân ve gerekli ekipman" bakımından tasarımının yapılması ve uygulama sonrasında da yararlı olma durumunun katılımcılara sorularak değerlendirmesi gerektiği belirtilmiştir. Öğrenci katılımını arttırmanın da önemli sorun olduğu ifade edilerek, öğrencilerin talep ettikleri etkinliklerin gerçekleştirilmesi, fakülte/yüksekokul yönetimlerinin desteğinin sağlanması ve etkinliklerin öğrenci kulüpleriyle beraber gerçekleştirilmesi gibi öğrenci katılımını arttıracak öneriler sunulmuştur.

Katılımcılar gerek danışmanlık hizmeti sürecinde gerekse düzenledikleri eğitim, seminer ve konferans gibi etkinliklerde edindikleri deneyimleri paylaşmışlar ve model kapsamında sunulan önerilere katıldıklarını ifade etmişlerdir.

Personel Nitelikleri: Model kapsamında kariyer merkezlerinde görev alacak personelin sahip olması gereken niteliklerde belirlenmiş, katılımcılara sunulmuş ve görüşleri alınmıştır.



Şekil 7. Kariyer merkezi personelinin sahip olması gereken nitelikler

Katılımcılar Şekil 7.'de sunulan bu niteliklere eklenebilecek bir husus bulunmadığını, ancak yeterli eğitime sahip olamadıkları halde kendilerinden kariyer danışmanlığı hizmetini vermelerinin istendiğini belirterek yaşadıkları deneyimleri paylaşmışlardır.

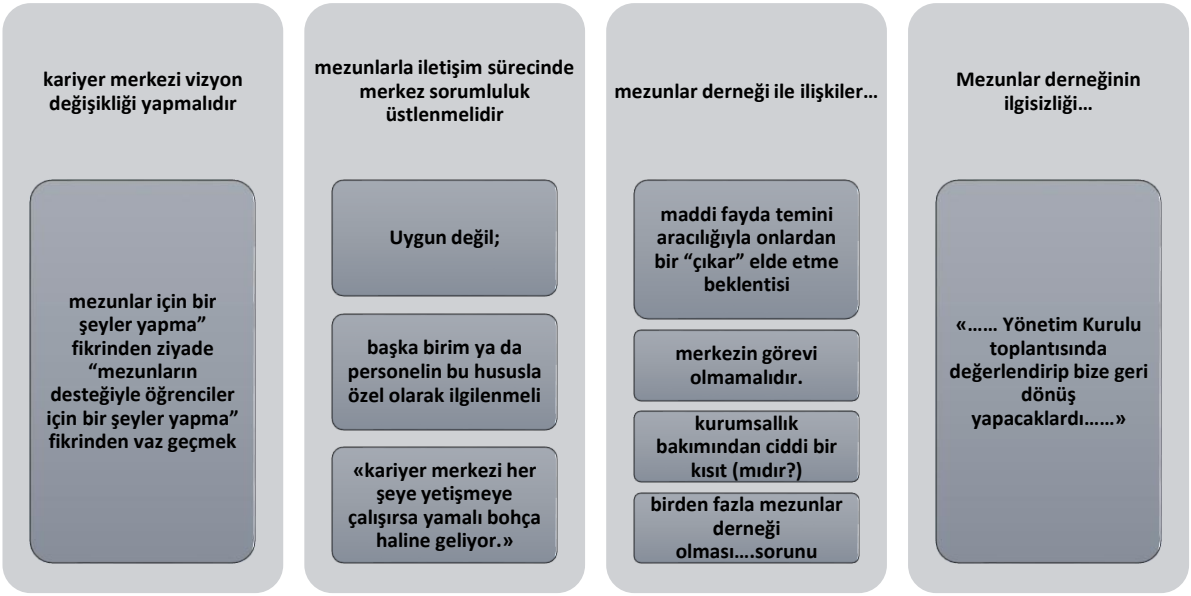
Ayrıca katılımcılar kariyer merkezlerinde görev yapacak personelin niteliklerinin önerildiği gibi olması gerektiğini kabul etmekle birlikte, merkezlere kadro tahsisi konusunda yaşanan sıkıntılar nedeniyle, mevcut personele bu niteliklerin kazandırılabilmesi amacıyla çalışmaların yapılabileceğini, örneğin eğitimle ilgili projelerin geliştirilebileceğini ifade etmişlerdir.

> *"… En ideali konuşuyoruz, kaç kişi olması, ne işler yapması ama sonuçta kadro konusuna geldiğimizde kısıtlarımız var. Rektörlük kadro vermiyor, elimizdeki personel bunlar. O personelinde kariyeri belli, kariyerle ilgisi olmayan kişiler çalışıyor merkezlerde. Burada çözüm bulmalıyız aslında. Bunlardan bir tanesi de elimizdeki personelin eğitimiyle ilgili bir proje geliştirmek. TÜBİTAK ya da Avrupa Birliği fonlarından olabilir. Elimizdeki personelin olabildiğince eğitimiyle ilgili bir şeyler yapmamız gerekiyor." (KM-15)*

Gerçekleştirilen tüm etkinlikleri ve bu etkinliklere katılan öğrencilerin profillerini (cinsiyet, okul, sınıf, katılım nedenleri vb.) içeren yıllık faaliyet raporlarının hazırlanması da modelde

önerilmiştir. Bu raporların hem sonraki yılın faaliyetlerin planlanması hem de kurumsal hafızaya sağlayacağı katkı sağlayacağı belirtilmiştir.

4. Mezunlara Yönelik Faaliyetler*:* Modelde mezunlarla ilgili faaliyetlerde öncelikli olarak bakış açısının değişikliği önerilmiştir. *"Mezunlar için bir şeyler yapma fikrinden"* vazgeçilerek, *"mezunların desteği ile öğrenciler için bir şey yapma"* fikrinin benimsenmesi gerektiği ifade edilmiştir. Ayrıca kariyer merkezlerini mezunlarla ilgilenmesi yerine, başka birim ya da personelin mezunlarla ilgilenmesinin uygun olacağı da belirtilmiştir. Mezun dernekleriyle örneğin maddi beklentiye dayanan bir çıkar ilişkisi kurulması yerine, bu ve benzeri beklentilerden arınan ilişkilerin, daha işlevsel olacağı ifade edilmiştir (Bkz. Şekil 8).



Şekil 8. Kariyer merkezinin mezunlara yönelik faaliyetleri

Katılımcılar üniversite yönetimlerinin kendilerinden "mezun takip sistemlerinin" sorumluluğunu üstlenmelerini istediklerini söylemişlerdir. Ancak bu görevin getireceği iş yükü ve merkezlerin personel yetersizliği nedenleriyle bu görevi üstlenemeyeceklerini, kariyer merkezi dışında oluşturulacak bir mezunlar ofisinin bu görevi üstlenmesi önerilmiştir.

> *"… Rektörlük bu işi üstlenmemiz için çok ısrar etti. Merkez olarak bir mezun takip sistemi oluşturmamızı, verileri girmemizi ve sistemi takip etmemizi istedi. Böyle bir*

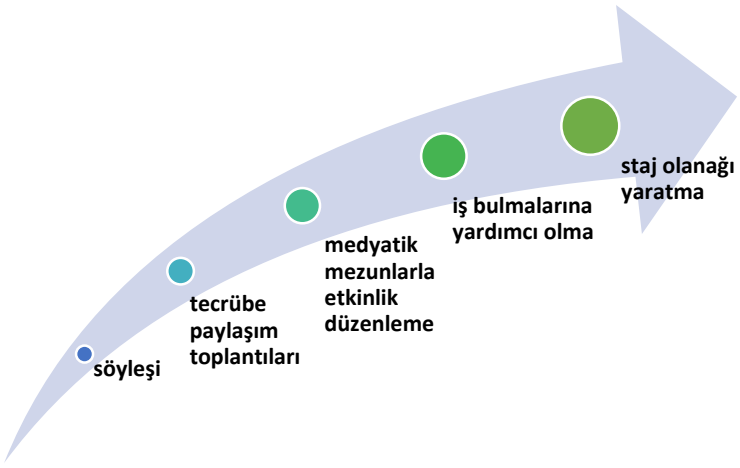
şeyi yapamayacağımızı ifade ettik, mevcut durumumuzla. Zaten öğrencilere zor yetişiyoruz. Bir ekibin olması, ayrı bir ekibin olması lazım." (KM-19)

"… Biz yapamayacağımız bu işin aslında müşterisiyiz. Ayrı bir mezunlar ofisi olmalı ve onlar bu işi yapmalı. Bizden mezunlar ofisi ayrıldı ve bu işi yapmaya çalışıyor. Yeni bir program aldılar ve oradan mezunlara mail atarak, sisteme kayıt ediyorlar. Ancak bu işten mezunlarından bir yararı olmalı ki kayıt olsunlar. Bundan da biz nasıl yararlanabiliriz. Onlardan öğrenciler için mentörlük yapmalarını istiyoruz, onlarda bunu CV'lerine yazıyorlar. Böylece öyöneticilik vasıflarını mentörlükle deneyimlediklerini gelecekteki iş başvuruları için kullanıyorlar. Çünkü firmalar artık yöneticilerinden mentörlük yapmalarını istiyor." (KM-17)

Mezun derneklerinin kariyer merkezi gibi çalıştıklarını belirten katılımcılar, aralarında rol çatışması yaşandığını belirterek artık öğrenciler bir şey elde ederim beklentisi ile buralara başvurduklarını söylemişlerdir. Derneklerin de kendilerine başvuran öğrencileri kariyer merkezlerine yönlendirmeleri gerektiği ifade edilmiştir. Kariyer merkezleri ile mezun derneklerinin görevlerinin ve sınırlarının net bir şekilde belirlenmesi hususunun model de yer alması gerektiğini belirtmişlerdir.

"… Bazı mezun derneklerinin bir kariyer merkezi gibi davrandıklarına çok şahit oldum. Bu rol karmaşasına sebebiyet veriyor. Biz birçok fakültenin mezunlar derneği ile iletişime geçiyoruz. Birçok sıkıntılar çıkıyor, artık öğrenciler bir şey elde ederim beklentisi ile buralara başvuruyor, bir abilik bir ablalık görürüm beklentisiyle. Bir işe adım atarım diye düşünüyor. Aslında öğrenciler kariyer merkezlerine yönlendirilmeli dernekler tarafından. Merkez ile dernek arasındaki sınırların belirlenmesi gerekiyor." (KM-12)

Modelde kariyer merkezlerinin mezun-öğrenci etkileşimini sağlamada görev alması önerilmiştir. Şekil 9.'da gösterildiği gibi mezunların davet ederek öğrencilerle tecrübelerini paylaşmalarının sağlanması, staj yapmalarına ve iş bulmalarına yardımcı olmalarının talep edilebileceği belirtilmiştir.



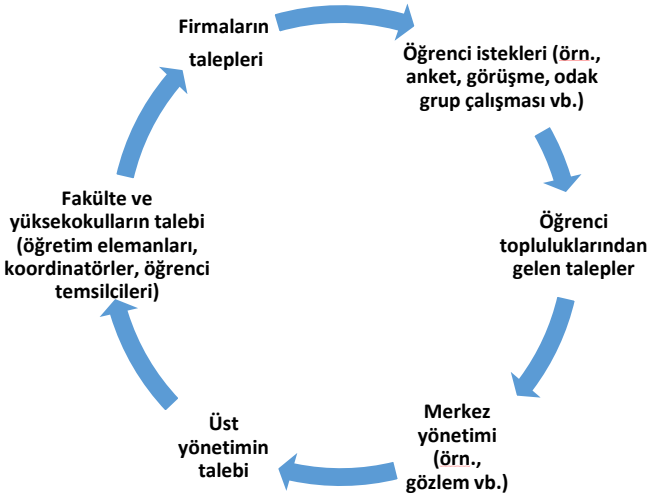
Şekil 9. Kariyer merkezi mezun-öğrenci etkileşimi faaliyetleri

Katılımcılar bu hususların modelde yer almasının uygun olacağını belirtmişlerdir. Ayrıca mezunlardan "teknik gezilerin düzenlenmesine" katkı sağlamalarının da istenebileceğini de belirtmişlerdir.

> *"… Biz eski mezunlar yerine, yeni mezunların etkinliklerde konuşturulmasını firmalardan istiyoruz. Örneğin son etkinliğimizde TAİ'den bunu istedik. İTÜ'den yeni bir mezun olmuş bir çalışanı. Öğrenci daha ilgi ile yaklaşıyor bu tür bir etkinliğe." (KM-13)*

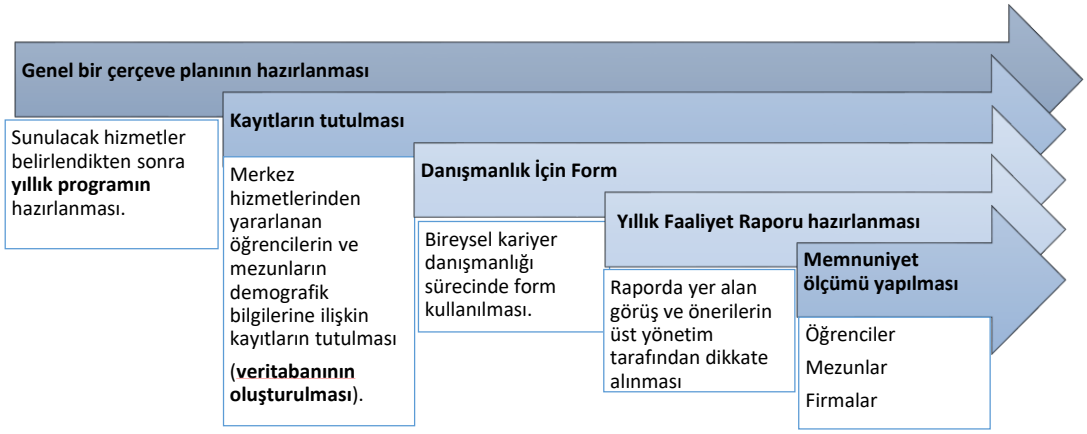
> *"Biz Dokuz Eylül Üniversitesi olarak İİBF Mezun Derneği ile pilot bir çalışma gerçekleştirdik. Mentörlük çalışması. Bir başvuru formu oluşturduk. Mezunlar ile öğrencileri eşleştirdik. İki yıl üst üste bunu gerçekleştirdik. Bu da modelde yer alabilir." (KM-6)*

5. Sunulan Hizmetlerin Planlanması*:* Modelde, gerçekleştirilecek etkinliklerin planlamasında kullanılmak üzere önerilen yöntemler şunlardır: *"Öğrenci ve öğrenci topluluklarının talepleri, üst yönetim ile fakülte ve yüksekokulların istekleri, firma talepleri ve merkez yönetiminin gözlem gibi yöntemlerle kullanarak etkinlikleri planlaması.*



Şekil 10. Kariyer merkezinde sunulan hizmetlerin planlanmasında kullanılabilecek yöntemler

Katılımcılar, Şekil 10.'da belirtilen etkinlikleri planlarken kullandıkları yöntemlerin modelde belirtilen bu hususlara uygun olduğunu ve modele eklenecek başka bir önerilerinin olmadığını belirtmişlerdir.



Şekil 11. Kariyer merkezinde sunulan hizmetler sonrasında gerçekleştirilecek etkinlikler

Şekil 11.de görüldüğü üzere, model kapsamında merkezlerin sundukları hizmetler sonrasında yıllık faaliyetlerin için yıllık bir program hazırlanması, her etkinliğin ayrıntılı olarak kayıtlarının tutulması, böylece bir veri tabanının oluşturulması ve bu veri tabanının bir bilgisayar program temelinde olması önerilmiştir. Ayrıca kayıt tutulmasının bireysel kariyer hizmetleri çerçevesinde de gerçekleştirilmesi, bu amaçla formların geliştirilmesinin gerekli olduğu da belirtilmiştir. Bu etkinlik kayıtlarının daha sonra hazırlanacak olan yıllık faaliyet raporlarının da temelini oluşturacağı ifade edilmiştir. Bu boyutta son olarak memnuniyet anketlerinin başta öğrenci olmak üzere mezunlara ve firmalara uygulanmasının etkinlikleri ve başarı düzeylerinin belirlenmesini sağlayıcı bir yöntem olarak önerilmiştir.

Katılımcılar kendi merkezlerinde etkinlik kayıtlarını tuttuklarını ve faaliyet raporlarında hem etkinlikleri hem de katılımcı sayılarını ayrıntılı olarak verdiklerini söylemişlerdir. Veri tabanının bir bilgisayar programı çerçevesinde de gerçekleştirilmesinin de uygun olduğunu, oldukça işlevsel olacağı ifade edilmiştir.

6. Personelin nicelik ve nitelik durumu: Modelde merkez personelinin danışmanlık hizmeti verecek personelin kariyer danışmanlığı alanında uzman, ölçme ve değerlendirme konusunda yetkin olması önerilmiştir. Ayrıca görev yapacak tüm personelin iletişim becerisi gelişmiş, özveriyle çalışacak, gelişime açık, takım oyuncusu olabilecek ve bilgi ve iletişim teknoloji kullanım becerilerinin yüksek olması gerekliliği de ifade edilmiştir.

Katılımcılar merkez personelinin sayısı ve niteliği konularında modelde sunulan önerilere katıldıklarını belirtmişlerdir.

7. Merkezlerin fiziksel yapısı: Modelde öncelikle merkezlerin öğrencilerin ve engellilerin kolaylıkla ulaşabilecekleri, trafiğim ana akışına yakın merkezi bir yerde konumlanmasının önemli olduğu vurgulanmıştır. Isınma ve ışıklandırma gibi temel ihtiyaçların karşılanmasının yanı sıra, yeterli büyüklüğe sahip olmasının, özel görüşme ve toplantı odalarının oluşturulmasının merkez bünyesinde verilecek hizmetlerinin kalitesini yükseltecek ve çeşitlendirilecek unsurlar olarak modelde yer almıştır.

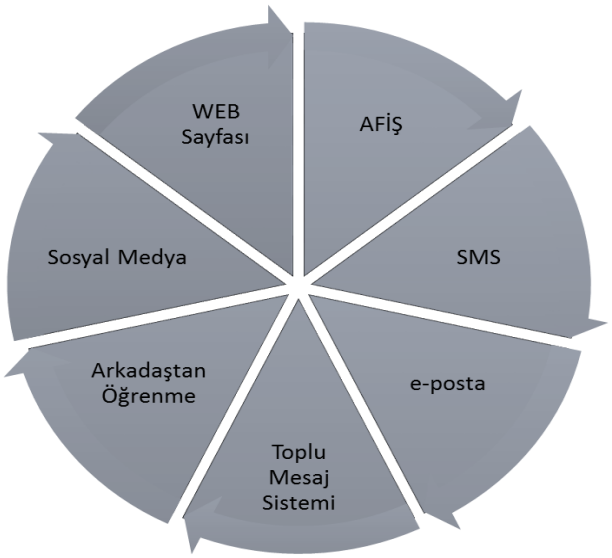
Katılımcılar merkezlerin fiziksel yapısının belirtilen bu hususlar çerçevesinde olması gerektiğini, ancak halihazırda birçok olumsuzlukla karşı karşıya kaldıklarını ifade etmişlerdir.

> *"… Merkez kapkaranlık, ışık yok ısıtma yok, yağmur ve kar yağınca çatımız akıyor. Üst yönetime ilettik, özelikle ben bu konuda biraz ısrar ettim. Yönetim bana siz lüks şartlar istiyorsunuz dedi. İstediğim sadece ısınmaktı. Kışın ciddi anlamda soğuk oluyor." (KM-16)*

8. Merkezde bulunan kaynak ve ekipmanlar: Modelde kariyer merkezlerinde olması gererken mobilya (masa, kitaplık, koltuk vb) ve teknolojik donanımlar (bilgisayar, yazıcı, telefon, internet, fotokopi makinası vb.) sıralanmıştır. Ayrıca test ve ölçekler gibi değerlendirme araçları ile kariyer ve iş piyasasıyla ilgili yazılı materyallerinde merkezlerde olmasının öğrencilere verilecek hizmetlerin kalitesini yükseltme açısında önemli olduğu vurgulanmıştır.

Katılımcılar modelde bu başlık altında belirtilen bu hususlara katıldıklarını ve ekleyecek önerileri olmadığını belirtmişlerdir.

9. Tanınırlık faaliyetleri: Şekil 12.'de sunulan modele göre, merkezlerin alanda tanınırlıklarını artırmak için ve daha fazla öğrenciye ulaşabilmek için web sayfası ve sosyal medya gibi teknolojik araçları etkin olarak kullanılması önerilmiştir. Afiş gibi klasik duyuru kaynaklarının artık öğrenciye ulaşmakta yetersiz kaldığı, SMS ve e-postaları öğrencilerin okumadıkları vurgulanmıştır. Öğrenci topluluklarıyla yakın ilişkiler içinde olmanın, merkezi ve etkinlikleri öğrencilere duyurmakta ve onların isteklerinin de merkezlere iletilmesinde en etkili yol olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca merkezden hizmet alan ve memnun kalan öğrencilerin bunu diğer öğrencilere iletmelerinin de, merkezden yararlanan öğrenci sayısını arttırmakta önemli bir etken olduğu da belirtilmiştir.



Şekil 12. Kariyer merkezi tanınırlık faaliyetleri

Katılımcılar merkez tanınırlığını arttırmak için önerilen hususlarda özellikle öğrenci topluluklarıyla iletişimin sağlanmasının önemli olduğun belirterek, kendi deneyimlerini paylaşmışlardır.

> *"… Biz öğrenci topluluklarıyla işbirliği içerisindeyiz. Topluklardan bizimle sürekli irtibatta olacak temsilciler seçiyoruz. Herhangi bir sorun çıktığında ulaşabileceğimiz kişileri seçiyoruz. Aramızda bir iletişim ağı oluşturuyoruz. Bazen aykırı işler oluyor, bunları hemen duyuyoruz." (KM-12)*

> *"… Yeni kurulan birçok kariyer merkezi daha önce öğrenciler tarafından düzenlenen kariyer etkinliklerini onların elinden alıyor. Dolayısıyla öğrenci toplulukları ilk başlarda kariyer merkezlerine mesafeli yaklaşıyorlar, bunu aşmak çok zor. Ben topluluklarla bir toplantı yapmadım. Benden yardım istediklerinde yardım ettim, ilişkileri bu şekilde geliştirdim. Bu zaman alacak bir süreç." (KM-19)*

10. Finansal sorunların çözümü: Merkezlerle yapılan görüşmelerde hizmetlerin ve faaliyetlerin planlaması ve gerçekleştirme sürecince finansal sorunlarla karşılaşıldığı belirtilmiştir. Bu sorunların ulaşım, konaklama, ikram, çiçek, plaket, yazılı materyalin basımı (afiş, broşür vb.), sarf malzemenin karşılanması hususlarında yoğunlaşmaktadır. Bu kapsamda modelde merkezlerin "bağımsız bir bütçeye" sahip olmasının gerekliliği vurgulanmıştır. Bunun ilk yolu bunu rektörlükten talep etmektir. Ayrıca sponsorluk, eğitim programları açma, proje, kariyer günleri ve fuarlarında stand bedeli tahsis etme gibi çeşitli gelir getirici faaliyetler model kapsamında önerilmiştir.

Katılımcılar kariyer merkezlerinin genel olarak araştırma ve uygulama merkezi olarak kurulduğunu ve bu nedenle bağımsız bütçelerinin olamadığını belirtmişlerdir. Bu nedenle sponsorluk, döner sermaye, stand bedeli tahsisi (üniversite vakfına bağış olarak) gibi yöntemleri kullanarak kendi kaynaklarını yarattıklarını böylece finansal sorunlarına çözüm bulmaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir.

11. İşbirliği yapılan kurumlar: Modelde işbirliği yapılan kurumlar iç ve dış paydaşlar olarak iki başlık altında ele alınmıştır. İç paydaşlar üniversitenin akademik ve idari birimleri ile öğrenci topluluklarıdır. Dış paydaşlar ise özel sektör kurumları, kamu kurumları (İŞKUR, belediyeler, sanayi ve ticaret kurumları vb.), vakıflar ve STK'lar ile Avrupa Birliği ve İLO gibi uluslararası

kuruluşlardır. Modelde bu kuruluşlarla yakın bir işbirliği içinde olunması gerektiği vurgulanmıştır. Ancak bu kurumlarla bu kurumlarla ilişkileri yürütecek bir personel tahsisinin de işbirliğini arttırmada önemli olduğu belirtilmiştir.

Katılımcılar özellikle kurumlarla iletişim kuracak ve sürdürecek nitelikli bir personelin varlığının merkezin iş piyasasıyla işbirliğini arttıracak çok önemli bir unsur olduğu görüşüne katılmışlardır. Özellikle özel sektörün birebir temas istediğini, yüzyüze görüşme talep ettiği belirtilmiştir. Ancak kadro tahsisindeki sorunlar nedeniyle, böyle bir personele sahip olmanın çok zor olduğunu ifade etmişlerdir.

Çalıştay kapsamında son olarak katılımcılara *tek ve çok yerleşkeli kariyer merkezleri içinde oluşturulacak modellere* ilişkin görüşleri sorulmuştur. Katılımcılar bu hususta deneyimlerini paylaşmışlardır. Eğer yeterli personel varsa, çok kampüslü üniversitelerde kariyer danışmanlarının haftanın belirli günlerinde buralara giderek danışmanlık hizmetinin gerçekleştirebileceğini belirtmişlerdir. Etkinliklerin ise kampüslerde bulunan okullara göre düzenlenebileceği, tüm öğrencileri ilgilendiren etkinliklere ise öğrencilerin üniversitenin imkanları ile taşınabileceği ifade edilmiştir.

> *“ … Avcılar Kampüsünde haftanın belirli günlerinde kariyer uzmanları hizmet veriyorlar. Kendilerine ait mekanları, ufak bir odaları var. Oraya gelen öğrencilere danışmanlık hizmeti veriyorlar. ” (KM-12)*

> *“ … Etkinlik düzenlediğimizde Sıhhiye’deyse, Beytepe’yi taşıyoruz. Beytepe’deyse, Sıhhiye’yi taşıyoruz.” (KM-10)*

> *“… Dört kampüsümüz var. Bu kampüslerde yer alan okullara göre etkinlikleri belirliyoruz. Kariyer etkinlikleri tüm kampüslerde aynı gün başlıyor ve sona eriyor… Biz online sistem kullandığımız için üniversite genelinde, öğrenciler sistem üzerinden kariyer danışmanlığı randevusu alabiliyorlar.“ (KM-13)*

GENEL DEĞERLENDİRME: Daha öncede ifade edildiği gibi kariyer merkezi modeli oluşturulurken öncelikle 20 devlet üniversitesi kariyer merkezi yönetici ve personelleriyle gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Ayrıca Ankara ve İstanbul’daki 4 vakıf üniversitesi ziyaretleri sonucunda bilgi edinilen ve “iyi örnekler” olarak nitelendirilen uygulamalara da model kapsamında yer verilmiştir. Elde edilen tüm veriler ilgili alan yazın kapsamında değerlendirilerek modele son hali verilmiştir. Bu çerçevede hazırlanan

modeli katılımcıların onaylamışlar, ancak aşağıda belirtilen hususların da modele eklenmesinin modeli daha güçlü hale getireceğini ifade etmişlerdir:

1. Kariyer merkezi hedeflerine “staj ve istihdamda tercih edilebilir hale gelinmesinin sağlanması”, “21. yy iş becerilerinin kazandırılması” ve “öz farkındalığın arttırılması” hedeflerinin de eklenmesi.

2. Birim içi organizasyonda *“işverenle ilişkiler, öğrenci stajları ve kariyer etkinliklerinin*” görevlerinin tek bir personel tarafından üstlenilmesi.

3. Kariyer danışmanlık süresinin de 45-50 dakika olarak modelde belirtilmesi.

4. Hâlihazırda merkezlerde görev yapan personellerin niteliklerini arttırıcı eğitim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, örneğin eğitimle ilgili projelerin geliştirilmesi.

5. Kariyer merkezleri ile mezun derneklerinin görevlerinin ve sınırlarını belirleyen hususlara modelde yer verilmesi.

6. Öğrenci-mezun etkileşimi başlığı altına mentörlük hizmetinin de eklenmesi.

EK - 4

YÖNETİCİ GÖRÜŞME SORU FORMU

1. Üniversitenizde kariyer merkezinin kurulma gerekçesini açıklar mısınız?

2. Kariyer merkezinin kuruluşunda model aldığınız yerli veya yabancı kariyer merkezleri oldu mu?

3. Kuruluş aşamasında karşılaşılan zorluklardan bahseder misiniz? Ne tür zorluklar yaşandı?

4. Kariyer merkezinden beklentileriniz nelerdir?

5. Bu beklentilerinizden şu ana kadar ne kadarının karşılandığını düşünüyorsunuz?

6. Merkezin güçlü ve zayıf yanlarını açıklar mısınız?

7. Merkezin öncelikli ihtiyaçları hakkında bilgi verir misiniz?

8. Kariyer merkezi üniversitenin diğer hangi birimleri ile koordineli biçimde çalışmaktadır?

9. Kariyer merkezini ne sıklıkla ziyaret ediyorsunuz?

10. Merkezin, mezunlar / mezunlar derneği ile işbirliği yaptığı faaliyetler konusunda bilgi verir misiniz?

11. Mezunlarla–öğrencileri buluşturmaya yönelik ne tür faaliyetler yürütmektesiniz?

12. Merkez işgücü piyasasının aktörleriyle (Belediye, Sanayi Odası, İŞKUR, Sivil Toplum Kuruluşları, işletmeler vb.) işbirliği yapıyor mu? Örnek verebilir misiniz?

13. Merkezinizde çalışan personelin sayısı ve nitelikleri hakkında neler düşünüyorsunuz?

14. Kariyer merkezi öğrencilerin kolaylıkla ulaşabileceği bir yerde mi?

15. Kariyer merkezinin fiziki yapısının yeterliliği konusunda ne düşünüyorsunuz?

16. Kariyer merkezinin donanım (bilgisayar, yazıcı, internet erişimi, ilan panosu, projektör, tarayıcı, fotokopi makinesi, faks makinesi, dosya dolabı, modem, telefon vb.) bakımından yeterliliğini değerlendirir misiniz?

17. Kariyer merkezinin başlıca harcama kalemleri nelerdir?

18. Merkezin finansal ihtiyaçlarını nasıl karşılıyorsunuz?

19. Sizce Merkez öğrenciler tarafından ne kadar tanınıyor?

20. Merkezin tanınırlığını arttırmak için ne tür faaliyetler önerirsiniz?

21. Merkezin web sitesini yeterli ve güncel buluyor musunuz?

22. Web sitesini güncelleme faaliyetleri kim tarafından yürütülmektedir?

EK – 5

KARİYER MERKEZİ PERSONELİ GÖRÜŞME SORU FORMU

A) Genel Bilgiler

1. Kariyer Merkezi'niz hangi tarihte açıldı?
2. Bu üniversitenin kariyer merkezi için tanımladığı ad nedir?
3. Merkezin bir yönetmeliği veya yönergesi var mıdır?
4. Kariyer merkezinin organizasyon şeması hakkında bilgi verir misiniz?

B) Kariyer Merkezinin Kuruluş Sürecine Dair Bilgiler

5. Üniversitenizde kariyer merkezinin kurulma sebebini açıklar mısınız?
6. Kuruluş aşamasında model veya örnek aldığınız yerli veya yabancı merkezler oldu mu?
7. Kuruluş aşamasında deneyimlenen güçlükler neler olmuştu?
8. Kuruluş aşamasında üst yönetimin yaklaşımı nasıldı?

C) Kariyer Merkezinin Hedefleri

9. Kariyer merkezi neyi başarmak istemektedir? Hedefleri nelerdir?
10. Merkez tarafından yürütülen faaliyetleri dikkate aldığınızda ne tür güçlüklerle karşılaşmaktasınız?

D) Öğrencilere Yönelik Faaliyetler

11. Kariyer merkezince öğrencilere yönelik yürüttüğünüz faaliyetleri anlatır mısınız?
12. Bu süreçte deneyimlediğiniz güçlükler nelerdir?

E) Bireyi Tanıma Çalışmaları

13. Bireyi tanıma amacıyla hangi teknikler kullanılmaktadır?
14. Merkezde; danışanların ilgi, yetenek, kişilik özellikleri, meslek değerleri vb. yönlerden kendilerini daha iyi tanımaları için hangi test veya envanterler uygulanmaktadır?
15. Kullandığınız test ve envanterler nasıl elde ediliyor?

F) Mezunlara Yönelik Faaliyetler

16. Mezunlara yönelik ne tür faaliyetler yürütmektesiniz?
17. Mezunlarla iletişiminiz hakkında bilgi verebilir misiniz?

G) Sunulan Hizmetlerin Planlanması

18. Merkezin yaptığı/yapacağı faaliyetlerin belirlenmesinde hangi yöntemler kullanılmaktadır? (İhtiyaç analizi, gözlem vb.)
19. Bir yıl boyunca merkez tarafından yürütülecek faaliyetlere ilişkin yıllık çerçeve programı hazırlanmakta mıdır?
20. Merkezin yaptığı çalışmaları içeren "yıllık faaliyet raporu" hazırlanıyor mu? Bu raporlar kime sunuluyor?
21. Merkez tarafından yürütülen faaliyetlerden sonra yararlanıcıların memnuniyet düzeyi ölçülmekte midir?

H) Yararlanıcıların Profili

22. Öğrenciler hangi konularda yardım almak için merkeze başvurmaktadır?
23. Son bir yıl içerisinde kaç öğrenci/mezun merkezinize başvurmuştur?
24. Merkezde görevli uzmanlara başvuranların profili hakkında genel bir bilgi (cinsiyet, fakülte, sınıf, mezun vb. açılardan) verebilir misiniz?
25. Merkezinize başvuranların kayıtları tutulmakta mıdır?

İ) Eğitim/Seminer/Konferans Çalışmaları

26. Hangi konularda eğitimler verilmektedir?
27. Eğitimler hangi sıklıkta düzenleniyor?
28. Düzenlenen eğitim veya seminer konuları neye göre belirleniyor?
29. Bu eğitimler kim/kimler tarafından veriliyor?
30. Düzenlenen eğitimlerden sonra katılım belgesi veya sertifika veriliyor mu?

J) Personelin Nicelik ve Nitelik Durumu

31. Merkezinizde, kariyer danışmanı, idari personel, sekreter vb. kaç kişi çalışmaktadır?
32. Personelin eğitim düzeyi, alanı ve merkezdeki deneyim süresi nedir?
33. Çalışanlar merkeze atanmadan önce merkezin çalışma konuları ile ilgili herhangi bir eğitim almışlar mıdır? Eğitim ve süresi hakkında bilgi veriniz.
34. Merkezde görevli personelin sayısı ve niteliği hakkında ne düşünüyorsunuz?

K) Merkezlerin Fiziki Yapısı

35. Merkezin öğrencilere hizmet sunulan kendine ait bir fiziksel mekanı var mıdır?
36. Merkez mekân olarak öğrencilerin kolaylıkla ulaşabilecekleri bir yerde midir?
37. Merkezin bulunduğu mekânın büyüklüğü ne kadardır? (*kaç odadan oluşmaktadır? Kaç metrekare kullanım alanı vardır*?)
38. Kariyer merkezinin yeri, donanımı, aydınlatma ve gürültü durumunu nasıl değerlendirirsiniz?

L) Merkezde Bulunan Kaynak ve Ekipmanlar

39. Merkezde öğrencileri bilgilendirmek amacıyla ne tür yazılı materyaller *(meslek rehberleri, kitap, broşür vb. yazılı kaynaklar)* bulunmaktadır?
40. Kariyer merkezinde kullanılan test ya da envanter var mıdır? (Varsa belirtiniz)
41. Kariyer merkezinde hangi teknolojik donanımlar bulunmaktadır?

M) Tanınırlık Faaliyetleri

42. Kariyer merkezi tarafından yürütülen etkinlikler öğrencilere nasıl duyurulmaktadır?
43. Merkez öğrenciler ve mezunlar tarafından ne ölçüde tanınmaktadır?
44. Merkez kendisini tanıtmak amacıyla neler yapmaktadır?
45. Merkezin web sitesi var mıdır? Varsa ne sıklıkla güncellenmektedir? İçeriği yeterli midir?
46. Merkezin tanınırlığını arttırmak için ne tür faaliyetler önerirsiniz

N) Finansal Konular

47. Kariyer merkezinizin harcama yetkisinin merkezde olduğu bir bütçesi var mı?
48. Gelir getiren herhangi bir faaliyetiniz var mıdır?
49. Başlıca harcama kalemleri ve finansal kaynaklarınız nelerdir?
50. Finansal konularda ne tür sorunlar yaşıyorsunuz, bunları nasıl çözüyorsunuz?

O) İşbirliği Yapılan Kurumlar

51. Merkezin yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde işbirliği yaptığı kurumlar var mıdır? Varsa nelerdir? Kısaca bilgi verebilir misiniz?

P) Model Önerileri

52. Sizce ideal bir “kariyer merkezi” nasıl olmalıdır? Yeni açılacak bir kariyer merkezi için neler önerirsiniz?

EK – 6

ANKARA ÜNİVERSİTESİ
KARİYER MERKEZİ GÖRÜŞME FORMU

Danışmanın Adı Soyadı:	**Görüşme Tarihi:** **Kaçıncı Görüşme Olduğu:**
Danışanın: Adı Soyadı: Cinsiyeti: Fakültesi: Sınıfı: Tel: e-posta:	Not Ortalaması: Annenin Eğitim Düzeyi ve İşi: Babanın Eğitim Düzeyi ve İşi: Kardeş Sayısı:

Görüşmeye Gelme Nedeni:

Eğitim Geçmişi (Alınan Eğitim Ve Kurslar):

Çalışma Geçmişi:

Kariyer Hedefleri:

Kariyer Hedefine Ulaşmayı Kolaylaştırıcı Özellikleri:

Kariyer Hedefine Ulaşmayı Zorlaştırıcı Faktörler:

Yetenekleri:

İlgi Alanlar:

Kişilik Yapısı:

Meslek Değerleri:

Motivasyon Düzeyi:

Dikkate Alınması Gereken Diğer Hususlar:

Bir sonraki görüşmede Yapılması Planlanan Faaliyetler:

TÜBİTAK

PROJE ÖZET BİLGİ FORMU

Proje No: 116R044

Proje Başlığı: Üniversite Kariyer Merkezlerinin Değerlendirilmesi, Tek Yerleşkeli Ve Çok Yerleşkeli Üniversiteler İçin Alternatif Model Önerileri

Proje Yürütücüsü ve Araştırmacılar:

Yürütücü:

Prof. Dr. Metin PİŞKİN

Araştırmacılar:

Prof. Dr. Nükhet Müge Kart

Prof. Dr. Selahiddin Öğülmüş

Dr. Öğr. Üyesi Özgür Güldü

Projenin Yürütüldüğü Kuruluş ve Adresi:

Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi

Cebeci kampüsü-ANKARA

Destekleyen Kuruluş(ların) Adı ve Adresi:

Projenin Başlangıç ve Bitiş Tarihleri: 01.07.2017-01.01.2019

Öz (en çok 70 kelime)

Türkiye'de devlet üniversitelerinin kariyer merkezlerinin (20 üniversite) değerlendirilerek farklı üniversite yapılarına uygun kariyer merkezi modeli geliştirmek üzere, 53 yönetici ve personelle görüşülmüştür. İçerik analizi yöntemiyle elde edilen bulgular, farklı isimlerle ve yeni açılmış merkezlerde konu uzmanı olmayan bir-iki personelin bulunduğu, ofislerin yetersiz olduğu, bireysel kariyer danışmanlığı hizmetlerinin verilemediği, merkezin tanınmadığı, web sitelerinin güncellenmediği yönündedir. "Tek ve çok yerleşkeli üniversiteler" için geliştirilmiş iki ayrı modelin bileşenlerinin açıklandığı bir kılavuz dokuman hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kariyer merkezi, üniversiteler, kariyer merkezi modeli

Fikri Ürün Bildirim Formu Sunuldu mu? **Evet** ☐ **Gerekli Değil** ☒

Fikri Ürün Bildirim Formu'nun tesliminden sonra 3 ay içerisinde patent başvurusu yapılmalıdır.

Projeden Yapılan Yayınlar:

- Proje çıktıları ikisi uluslararası, biri ulusal olmak üzere üç kongrede, beş bildiri olarak sunulmuştur. Sunulan bildiriler, hakemli dergilerde yayınlanmak üzere makale haline dönüştürülme aşamasındadır.
- Proje kapsamında geliştirilen tek ve çok yerleşkeli üniversite kariyer merkezi modelleri, model olmanın ötesinde, modelin tüm bileşenlerinin açıklandığı kılavuz bir kitap haline getirilmiştir. Bu kılavuz kitabın Ankara Üniversitesi İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Danışmanlığı Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin (İKDAM) yayını olarak önümüzdeki aylarda basılıp gerek devlet gerekse vakıf üniversitelerinin kullanımına sunulması planlanmıştır.

Ekte Bulunan "ARDEB Başarı Öyküsü Formu", "Kazanımlar" Bölümünde Belirtilen Kriterlere Göre Proje Çıktılarınızın Başarı Öyküsü Niteliği Taşıdığını Düşünüyorsanız "ARDEB Başarı Öyküsü Formu"nu doldurunuz.