

**To cite this article:** Çakır Yıldız, N., Karaman, Ö. (2023). Amerika Birleşik Devletleri Ön Lisans Eğitim Sisteminin ve Pazarlama Uygulamalı Bilimler Ön Lisans Müfredat Programlarının Değerlendirilmesi. International Journal of Social and Humanities Sciences (IJSHS), 7(1), 183-204

**Submitted:** January 13, 2023

**Accepted:** April 02, 2023

## AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ ÖN LİSANS EĞİTİM SİSTEMİNİN VE PAZARLAMA UYGULAMALI BİLİMLER ÖN LİSANS MÜFREDAT PROGRAMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ<sup>1</sup>

Nuran Çakır Yıldız<sup>2</sup>

Özlem Karaman<sup>3</sup>

### ÖZET

Pazarlama, dijital teknolojilerin de etkisiyle sürekli değişen ve gelişen bir yönetim fonksiyonudur. Bu alanda meslek elemanı yetiştirirken de bu dönüşümün dikkate alınması gerekmektedir. Bu sebeple, pazarlama yükseköğretim müfredat programlarının sektördeki değişime ayak uydurabilen profesyoneller yetiştirebilmek için sürekli güncellenmesi gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı, pazarlama disiplininin profesyonel beceri eğitimi pratiklerinin çıkış noktası olarak kabul edilen Amerika Birleşik Devletleri yükseköğretim sisteminin genel özelliklerini ortaya koymak ve pazarlama ön lisans müfredat programlarının güncel yetkinlikleri kazandırma konusundaki yeterliliğini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, öncelikle Amerikan eğitim sisteminin bir birimi olan ve Türkiye’deki Meslek Yüksekokullarına karşılık gelen Topluluk Kolejlerinin genel yapısı incelenmiş; ön lisans eğitiminin iki farklı hedefe göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Birincisi; mezunların, lisans derecelerine geçiş yapabilmesini sağlayan ve ilgili alana ilişkin temel kuramsal (teorik) eğitimin verildiği Bilim Ön Lisans programlarıdır. İkincisi ise, mezuniyet sonrası doğrudan ilgili sektörde çalışmak isteyen öğrencilere profes-

<sup>1</sup> Bu çalışma, 20-23 Ekim 2022 tarihlerinde, Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu tarafından gerçekleştirilen 10. Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumu (UM-YOS) kapsamında, sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

<sup>2</sup> Dr.Öğr.Üyesi, İstanbul Üniversitesi - Cerrahpaşa Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Pr., nurcaj@iuc.edu.tr

<sup>3</sup> Öğr.Gör.Dr., İstanbul Üniversitesi - Cerrahpaşa Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Pr., okaraman@iuc.edu.tr

yonel bilgi ve beceri eğitiminin sunulduğu Uygulamalı Bilimler Ön Lisans programlarıdır. Çalışma kapsamında, Uygulamalı Bilimler Ön Lisans eğitimi, zorunlu ve seçmeli dersler, ders sayısı ve çeşitliği, ders içerikleri açısından doküman analizi yöntemi kullanılarak irdelenmiştir. Sonuç olarak, Topluluk koleji pazarlama ön lisans müfredat içeriklerinin büyük oranda geleneksel ve kuramsal bilgilerin aktarılmasına odaklandığı tespit edilmiştir. Mezunların profesyonel yaşama doğrudan atılmasını hedefleyen bu programların, sektörel uygulamaları müfredat programına yansıtma konusunda yetersiz kaldığı görülmüştür. Öte yandan, bu programların, farklı disiplinlerden ve ilgi alanlarından seçilmiş Çekirdek Müfredat dersleriyle öğrencileri kültürel ve entelektüel yönlerini güçlendirmeye teşvik etmesi, Topluluk Kolejlerinde sunulan eğitimin güçlü bir yönü olarak değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Ön lisans Eğitimi, Pazarlama Eğitimi, Amerika Birleşik Devletleri Eğitim Sistemi, Topluluk Koleji, Müfredat

## **EVALUATION OF THE UNITED STATES ASSOCIATE DEGREE SYSTEM AND THE CURRICULUM OF MARKETING ASSOCIATE IN APPLIED SCIENCES DEGREE**

### **ABSTRACT**

Marketing is a management function that is constantly changing and developing with the influence of digital technologies. This transformation should be taken into account when training professionals in this field. For this reason, marketing higher education curricula need to be constantly updated in order to train professionals who can keep up with the changes in the sector. The aim of this study is to reveal the general characteristics of the United States of America's higher education system, which is accepted as the starting point of the professional skills training practices of the marketing discipline, and to determine the adequacy of the marketing associate degree curriculum to gain current competencies. For this purpose, first of all, the general structure of Community Colleges, which is a unit of the American education system and corresponds to Vocational Schools in Turkey, was examined; It has been determined that associate degree education differs according to two different goals. First; These are Associate Degree of Science programs that enable graduates to transition to undergraduate degrees and provide basic theoretical education in the relevant field. The second is Applied Sciences Associate Degree programs, where professional knowledge and skills training is

offered to students who want to work directly in the relevant sector after graduation. Within the scope of the study, Applied Sciences Associate Degree education, compulsory and elective courses, number and variety of courses, course contents were examined by using document analysis method. As a result, it has been determined that the content of the Community college marketing associate degree curriculum is largely focused on the transfer of traditional and theoretical knowledge. It has been observed that these programs, which aim to direct graduates into professional life, are insufficient in reflecting sectoral practices into the curriculum. On the other hand, the fact that these programs encourage students to strengthen their cultural and intellectual aspects with Core Curriculum courses selected from different disciplines and interests has been considered a strength of the education offered at Community Colleges.

**Keywords:** Associate Degree Education, Marketing Education, United States Education System, Community College, Curriculum

## GİRİŞ

Pazarlama, hem araştırmacılar hem de uygulayıcılar açısından çeşitli araçların, model ve yaklaşımların uygulanmasını gerektiren disiplinler arası bir alandır. Öyle ki, sosyoloji, ekonomi, işletme, psikoloji ve antropoloji gibi temel sosyal bilimlerle, teknoloji bilgisinin bir arada yoğrulmasını gerektiren bir eğitim planı tasarımını gerekli kılmaktadır. Bu nedenle, pazarlama meslek alanına uzman yetiştiren üniversite akademik birimlerinin noktaldaki katkıları günümüzde daha fazla sorgulanmaktadır.

Dünyada ve Türkiye'deki örnekleri incelendiğinde, tipik olarak pazarlama lisans programlarının 3 ila 4 yıl sürdüğü, ön lisans programlarının ise (Türkiye ve Amerika'da olduğu gibi) 2 yılda tamamlandığı görülmektedir. Genel olarak bir lisans derecesi, daha fazla sorumluluk ve daha yüksek ücret sağlayan çalışma pozisyonlarına yerleşmede gerekliyken, ön lisans eğitim programları farklı sektörlerde ara elemanı yetiştirme amacı doğrultusunda tasarlanmaktadır.

Türkiye'de iki yıllık ön lisans eğitiminin karşılığı olan eğitim, ABD'de "Community College"<sup>4</sup>lar (Topluluk Kolejlere) tarafından verilmektedir. ABD'de yüksek-

---

<sup>4</sup> "Community College" isminin Türkçe çeviri karşılığıyla ilgili olarak alanyazında uzlaşılmış bir ortak terim olmamakla birlikte, araştırmacılar, mevcut çalışmalarda en sık rastlanan "Topluluk Koleji" teriminin bu çalışmada da kullanılmasına karar vermiştir.

köğretime kayıtlı öğrencilerin yaklaşık %40'ı bu iki yıllık okullarda eğitim görmektedir. Bu Kolejlerden mezun olanlar, isterlerse lisans diploması almak için 2+2 transfer anlaşması yapılmış yükseköğretim programlarına geçiş yapabilmektedir. Bu kolejlerin diğer amacı ise farklı sektörlere ara eleman yetiştirmek ve belirli alanlarda mesleki sertifika vermektir (Günay ve Özer, 2016, 3).

Akademik alan yazında Amerika Birleşik Devletleri'ndeki yükseköğretim sistemini inceleyen çalışmalar olduğu görülmekle birlikte, ön lisans ve özel olarak pazarlama ön lisans eğitime ilişkin bir araştırmanın bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu araştırmayla, Amerika Birleşik Devletleri ön lisans eğitim kurumlarının müfredat programlarının, pazarlama meslek elemanı yetiştirmek ve günümüz iş piyasası gereklerini karşılamak doğrultusundaki mevcut durumu belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmamıza aşağıdaki araştırma soruları rehberlik etmektedir:

- ABD yükseköğretiminin ve ön lisans eğitiminin yapısı nasıldır?
- ABD ön lisans pazarlama müfredat programları hangi zorunlu dersleri sunmaktadır?
- ABD ön lisans pazarlama müfredat programları hangi seçmeli dersleri sunmaktadır?
- ABD ön lisans pazarlama müfredat programlarında pazarlama alan derslerinin içeriği nasıl düzenlenmiştir?

Bu sorular ışığında, çalışmanın ilk bölümde Amerikan genel eğitim sistemi hakkında temel bilgilere yer verilmiş, ikinci bölümde ise yükseköğretim kademesi ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, bu yapının bir parçası olan ön lisans basamağını temsil eden Topluluk Kolejlerindeki eğitim sistemi açıklanmıştır. Araştırma sorularına yanıt bulabilmek amacıyla, örneklem olarak belirlenmiş olan Topluluk Kolejlerinin genel erişime açık web sayfalarında yer alan müfredat ve yönerge belgeleri incelenmiştir. Örneklemin belirlenmesinde, Amerikan Ulusal Eğitim İstatistikleri Merkezi (IESNCS) web sitesinde yer alan “Kolej Bulucu” programı kullanılmış ve pazarlama ön lisans eğitimi veren Topluluk Kolejleri filtrelenerek belirlenen 15 kurum araştırmaya dâhil edilmiştir. Çalışmayla, pazarlama ön lisans eğitim programının yapısı ortaya konmuş; kullanılan eğitim yöntemlerine değinilmemiştir.

### **Amerikan Eğitim Sistemine Genel Bakış**

Amerika Birleşik Devletleri eğitim sistemi, federal sistem kurulmadan önce kilisenin kontrolünde İncil'in öğretildiği, toplumsal değer ve kuralların bireylere aktarılmasının amaçlandığı bir yapıdaydı. Devletleşmeyle birlikte ulusal düzeyde

eğitim politikaları geliştirilmeye başlanmış ve eğitimde de devletin yapısına benzer bir federal sistem kurulmuştur. Bylece, eğitimde farklı gereksinimleri karşılayabilmek ve Amerikan toplumunu oluşturan farklı din, dil ve ırktan olan bireylere fırsat eşitliği sağlamak amacıyla eğitime ilişkin yetki eyalet yönetimlerine bırakılmıştır (Baş, 2013, 65). Federal hkmetin eğitimle ilgili iş ve işlemlerde herhangi bir resmi sorumluluğu bulunmamakla birlikte, eğitimin finansmanı ve eyaletlerdeki okullara yardım yapmak amacıyla 1980 yılında merkezi bir kurum olan ‘‘Amerikan Eğitim Dairesi’’ (U.S. Department of Education) kurulmuştur (Baş, 2013, 66). Günümüzde, 50 eyaletin her birinin kendi eğitim yasaları bulunmakta ve eyaletten eyalete, kimi yasalar benzeşirken pek çoğu da farklılaşmaktadır (Clack, 2007).

Ülkede zorunlu eğitime başlama yaşı eyaletlere göre 5 ile 7 arasında değişmekle birlikte, yaygın olarak 6’dır. Ulusal çapta ortaokul mezuniyet aşaması 12. sınıfın tamamlanması olarak belirlenmiştir. Kolej düzeyinin altındaki Amerikalı ğrencilerin neredeyse yüzde 90’ı, öğrenim creti olmayan ancak finansmanı yerel ve eyalet vergilerine dayanan devlet ilk ve ortaokullarına gitmektedir. Okullar, birkaç farklı kamusal ve özel kurumdan kaynak alabilmektedir.

### **Amerikan Yükseköğretim Yapısı ve n Lisans Eğitimi**

Amerikan eğitim sisteminde yükseköğretim, lise diploması alınması sonrası başlamakta ve çeşitli akademik disiplinlerde uzmanlaşma seçeneği sunan kurumlar eliyle yürütülmektedir. Günümüzde 4000’den fazla yükseköğretim kurumu, merkezi yönetime tabi olmadan faaliyet göstermektedir. Bu bağımsız ve özerk yapıdan ötürü yükseköğretimde eğitim kalitesi açısından büyük farklılıklar olmaması için bağımsız kuruluşlarca ulusal ya da bölgesel düzeyde akreditasyonla erevesi çizilen bir ğrenci kabul anlayışı uygulanmaktadır (Education USA, 2022). ABD niversiteleri, araştırma, ğretim ya da hem araştırma hem de ğretim odaklı faaliyet göstermekte ve vizyonlarını belirli alanlarda nc olmak, mkemellik, ğrenci odaklılık, rekabetçilik, inovasyon ve gelişme olarak tanımlamaktadır (Gülmez & Yavuz, 2019, 148).

Yükseköğretim sistemi genel olarak, çok farklı alanlarda iki yıllık ya da dört yıllık lisans derecesi sunan okullardan oluşmaktadır. Amerikan yükseköğretim kurumlarının 1.700’den fazlası 2 yıllık, 2.450’si ise dört yıllık kurumlardır. Amerikan eğitim sisteminde kolejler, farklı konularda eğitim veren dört yıllık yükseköğrenim kurumlarını temsil etmektedir. Büyük bir niversite, tipik olarak birkaç kolejden, çeşitli alanlardaki lisansüstü programlarından (rneğin bir Hukuk Fakültesi ya da Tıp Fakültesi) ve birçok araştırma biriminden oluşmaktadır. İster kamu

ister özel, Kolejler üç gelir kaynağına bağlıdır: öğrenci harçları, hayırseverler tarafından yapılan bağışlar ve devlet finansmanı (Clack, 2007).

Amerikan yükseköğretim sisteminin önemli bir parçası olan ve devlet tarafından desteklenen Topluluk Kolejleri ise daha düşük eğitim ücretleriyle, daha esnek ve kolay kabul süreçleri uygulamaktadır. Bu okullar iki temel amaç doğrultusunda faaliyet göstermektedir; (1) teknik ve profesyonel alanlarda mesleki eğitim vermek ve (2) öğrencileri 4 yıllık üniversitelere hazırlamak (Güçlü ve Bayrakçı, 2004, 55). Teorik olarak, öğrencilerin bir Topluluk Kolejinde 2 yıllık temel eğitimi tamamladıktan sonra benzer alanlarda 4 yıllık bir üniversiteye geçiş yapmaları hem devlet hem de öğrenciler için daha düşük maliyet faydası yaratmaktadır. Bu nedenle bu kurumlar, düşük gelirliler ve toplum içinde yeterince temsil edilmeyen gruplardan gelen bireyler için önemli bir eğitim fırsatı sunmaktadır. Geniş bir yurtiçi ve yurtdışı öğrenci kitlesine hitap eden bu programlar, belirli bir yerel bölgedeki insanlar ve Latin Amerika, Afrika ve diğer milletlerden gelenler için Amerika'da eğitime başlamanın birinci adımı olarak görülmektedir.

Topluluk Kolejleri, ülkemizde mesleki ön lisans eğitimi veren Meslek Yüksekokullarıyla benzer bir eğitim programı sunmaktadır. Amerikan Topluluk Kolejleri, yönetim bilimleri genel alanı altında çok farklı disiplinlerde ön lisans eğitimi sunmaktadır. “İşletme, Yönetim, Pazarlama ve İlişkili Destek Hizmetleri” başlığı altında kurulmuş olan onlarca bölüm öğrenci kabul etmektedir (Çizelge 1).

**Çizelge 1:** “İşletme, Yönetim, Pazarlama ve İlişkili Destek Hizmetleri” Başlığı Altında Kurulmuş Olan Bölümler (<https://nces.ed.gov/>)

<b>Bölüm Adları</b>
Muhasebe
Asistan ve Sekreterlik Bilimi/Yönetici Asistanlığı
İşletme ve Yönetim
Otel, Motel ve Restoran İşletmeciliği
Lojistik, Malzeme ve Tedarik Zinciri Yönetimi
Büro Yönetimi ve Denetimi
Girişimci ve Küçük İşletme Operasyonları
İnsan Kaynakları Yönetimi / Personel Yönetimi
Pazarlama/Pazarlama Yönetimi, Genel
Muhasebe Teknolojisi
Toplantı ve Etkinlik Planlama
Turizm ve Seyahat Hizmetleri Yönetimi



Turizm ve Seyahat Hizmetleri Pazarlama Faaliyetleri
Turizm Tanıtım Operasyonları
Finans
Muhasebe Teknolojisi/Teknisyen ve Defter Tutma
Küçük İşletme Yönetimi
Parça, Depolama ve Envanter Yönetimi İşlemleri
İş/Ofis Otomasyonu/Teknoloji/Veri Girişi
Kâr Amacı Gütmeyen Kamu Yönetimi
Bankacılık ve Finansal Destek Hizmetleri
Restoran/Yemek Hizmetleri Yönetimi
Sigorta
Emlak
Perakendecilik ve Perakende Operasyonları
Satış, Dağıtım ve Pazarlama Operasyonları
Tesis Yönetimi
E-ticaret
Casino Yönetimi
Genel Büro Meslekleri ve Büro Hizmetleri
Moda Mağazacılığı
Genel Mağazacılık, Satış ve İlgili Pazarlama İşlemleri
Uluslararası İşletme/Ticaret
Ağırlama ve Rekreasyon Pazarlama Operasyonları
Çalışma ve Endüstri İlişkileri
Araç ve Aksesuarları Pazarlama Faaliyetleri

### **Pazarlama Ön Lisans Eğitimi**

ABD'nin en köklü Topluluk Kolejlerinin Pazarlama Bölümleri 80'li yılların başında, fonlama ve toplum desteği kazanmak için mevcut organizasyon ve personelin güçlü yönlerinin yanına, pazarlama profesyonellerinin uzmanlığını da ekleyerek güçlenmeye başlamıştır (Bogart, 1984, 3). Topluluk Kolejlere günümüzde, pazarlama alanının farklı çalışma konularına hitap eden program seçenekleri sunmaktadır (Çizelge 2).

**Çizelge 2:** Pazarlama İle İlişkili Alanlarda Eğitim Veren Bölümler (<https://nces.ed.gov/>)

<b>Bölüm Adı</b>
Giyim ve Aksesuar Pazarlama Operasyonları
Giyim ve Tekstil Pazarlama Yönetimi
İş ve Kişisel/Finansal Hizmetler Pazarlama Operasyonları
İşletme, Yönetim, Pazarlama ve İlgili Destek Hizmetleri, Diğer
Genel Mağazacılık, Satış ve İlgili Pazarlama İşlemleri
Ağırlama ve Rekreasyon Pazarlama Operasyonları
Uluslararası Pazarlama
Pazarlama Araştırması
Pazarlama
Pazarlama Yönetimi
İlaç Pazarlama ve Yönetimi
Satış ve Pazarlama Operasyonları
Özel Ürünler Pazarlama Operasyonları
Özel Mağazacılık, Satış ve Pazarlama Operasyonları, Diğer
Turizm ve Seyahat Hizmetleri Pazarlama Faaliyetleri
Araç ve Aksesuarları Pazarlama Faaliyetleri

Pazarlama Programlarının tasarımında 2 eğilim ön plana çıkmaktadır:

- Bilim Ön Lisans Programı (Associate in Science -AS)
- Uygulamalı Bilimler Ön Lisans Programı (Associate in Applied Science-AAS)

Bilim Ön Lisans Programları, mezunların ikili anlaşmaların mevcut olduğu 4 yıllık İşletme gibi bölümlere geçiş yapabilmesi için, transfer edilebilir kredi ve içeriklere sahip genel kuramsal (teorik) dersler veren bölümlerdir. (Maes vd., 2011, 4).

Uygulamalı Bilimler Ön Lisans programları ise lisans eğitimi veren üniversitelere geçmeyi önceliklendirmeyen, sektörde çalışmak isteyen öğrencilere profesyonel bilgi ve beceri eğitimi sunmaktadır. Bu programlar, mezunlarının pazarlama, reklamcılık, halkla ilişkiler, satış, perakende yönetimi, medya planlama, müşteri hizmetleri ya da çevrimiçi/dijital pazarlama alanlarında istihdam edilebilmesi için gerekli olan pazarlama temel alan bilgisini kazandırmaktadır. Mezunlar doğrudan profesyonel yaşama atılmayı hedefledikleri için, müfredat programı transfer gereklilikleri düşünülerek oluşturulmamaktadır.



Adı geçen 2 tip program da, toplam 8 yarıyıldan oluşmakta, zorunlu ve anadal derslerinden oluşan toplam 60-63 kredilik (saat) ders almayı gerekli kılmaktadır. Öğrenciler, Çekirdek Müfredat ve program temel derslerinden en az “C” notu ve en az 2.0 not ortalaması elde ederek mezuniyete hak kazanmaktadır.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde kapsamı daraltabilmek amacıyla Türkiye’deki Meslek Yüksekokullarının programlarına benzer yapıda olan Uygulamalı Bilimler Ön Lisans Programının (Associate in Applied Science-AAS) müfredat yapısına dair bilgiler sunulacaktır.

## **MATERYAL VE YÖNTEM**

### **Araştırma Modeli**

Topluluk Kolejleri Uygulamalı Bilimler Ön Lisans eğitimini, zorunlu ve seçmeli dersler, ders sayısı ve çeşitliği, ders içerikleri açısından ortaya koyabilmek amacıyla bu çalışmada, basılı ve elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeleri incelemek ve değerlendirmek için kullanılan sistemli bir nitel araştırma türü olan doküman analizi (belge çözümlemesi) yöntemi kullanılmıştır (Kıral, 2020, 2).

### **Verilerin Toplanması**

Örneklemin belirlenmesi için Amerikan Ulusal Eğitim İstatistikleri Merkezi web sitesinde yer alan “Kolej Bulucu” programı kullanılmış ve araştırma amaçları doğrultusunda filtreleme yapılmıştır. Buna göre; “community college”, “2 yıllık”, “ön lisans” filtreleme adımları uygulanarak ülkenin bütün eyaletlerinde yer alan ve pazarlama bölümleri olan Topluluk Kolejlerini sıralayan arama sonuçlarına ulaşılmıştır. Sonuç listesinde yer alan 74 Kolejin kurumsal web sayfaları taranmıştır. 21 kolejin web sitesine ulaşılamamış, 18 kolejin ise ders programı 8 yarıyılı içerecek biçimde yayınlanmadığından araştırmaya dâhil edilmemiştir. Sonuç olarak, ders programı ve içerik bilgileri erişime açık olan web siteleri üzerinden ulaşılabilen 35 Kolej içinde Pazarlama Uygulamalı Bilimler Ön Lisans (AAS) diploması veren 15 Topluluk Kolejinin müfredat programı incelenmiştir. Çalışmada, eğitim yöntemleri değil, ders sayısı ve çeşitliliği, zorunlu ve seçmeli dersler ve ders içerikleri gibi bilgiler dikkate alınmıştır.

## **BULGULAR**

### **Örnekleme Ait Bilgiler**

Çalışma kapsamında, Çizelge 3’te listelenen Topluluk Kolejlerinin Pazarlama Uygulamalı Bilimler Ön Lisans Programlarının müfredat programları incelenmiştir.

**Çizelge 3: Örneklem Olarak Seçilen Topluluk Kolejleri**

	<b>Ders Programı İncelenen Toplu- luk Kolejinin Adı</b>	<b>İncelenen Ders Sayısı</b>
1	Raritan Valley Community College New Jersey	21
2	Northampton County Area Commu- nity College	21
3	Kennebec Valley Community Col- lege	21
4	Houston Community College	21
5	Columbus State Community Col- lege	23
6	Austin Community College	21
7	Sullivan Community College	21
8	Suffolk County Community College	21
9	Herkimer County Community Col- lege	24
10	Finger Lakes Community College	21
11	Alamance Community College	18
12	Des Moines Area Community Col- lege	16
13	Garden City Community College	13
14	St Clair County Community College	24
15	Saint Paul College	20

**Ders Kategorileri**

Program kapsamında 3 türde ders sunulmaktadır.

- Zorunlu ve Seçmeli Genel Eğitim Dersleri (Çekirdek Müfredat Programı)
- Zorunlu Alan Dersleri
- Seçmeli Alan dersleri

**Çizelge 4:** Zorunlu ve Seçmeli Genel Eğitim Dersleri (Çekirdek Müfredat Programı)

<p style="text-align: center;"><b>İletişim</b></p> <p>İngilizce Kompozisyon /İngilizce İletişim</p> <p>Konuşma/Toplum Önünde Konuşma</p> <p>Teknik Yazım</p> <p>İngilizcede Özel Konular</p> <p>Kişilerarası İletişim</p> <p>Kültürlerarası İletişim</p> <p>Aile İletişimi</p> <p>Cinsiyetler Arası İletişim</p> <p>İşyeri İletişimi</p>	<p style="text-align: center;"><b>Matematik ve İstatistik</b></p> <p>Matematik</p> <p>İstatistik/Temel İstatistiğe Giriş</p> <p>Cebir</p> <p>Kalkülüs</p> <p>Matematikte Özel Konular</p> <p>Mantık</p> <p>Trigonometri</p>
<p style="text-align: center;"><b>Doğa Bilimleri</b></p> <p>Biyokimya</p> <p>Çevre Bilimleri</p> <p>İnsan Vücudu Sistemi</p> <p>Genel Biyoloji</p> <p>Beslenme</p> <p>Adli Bilimler</p> <p>Kadın Biyolojisi</p> <p>Genetik</p> <p>Kimya</p> <p>Organik Kimya</p> <p>Evren Bilimi</p> <p>Jeoloji</p> <p>Meteoroloji</p> <p>Doğal Afetler</p> <p>Fizik</p> <p>Astronomi</p> <p>Doğa Bilimlerinde Özel Konular</p>	<p style="text-align: center;"><b>Sanat ve Beşeri Bilimler</b></p> <p>Fotoğrafçılık</p> <p>3 Boyutlu-2 Boyutlu Çizim</p> <p>Edebiyat/Edebiyata Giriş</p> <p>Performans Sanatları</p> <p>Müzik</p> <p>Caz Tarihi</p> <p>İngiliz Edebiyatı</p> <p>Amerikan Edebiyatı</p> <p>Klasik Piyano</p> <p>Latin Amerika Müziği</p> <p>Etik</p> <p>İspanyolca</p> <p>Tiyatro</p> <p>Oyun Yazarlığı Drama</p> <p>Amerikan Sineması</p> <p>Uluslararası Sinema</p>

	Yönetmenlik Film Yapımı Bale/ Modern Dans
<b>Sosyal ve Davranış Bilimleri</b>	
Mikroekonomi Makroekonomi Psikolojiye Giriş Sosyolojiye Giriş Felsefe ve Kültür Öğrenme Psikolojisi Amerikan Tarihi Antropoloji	

Pazarlama programı öğrencileri, mezuniyetleri için Çizelge 4’te yer alan Çekirdek Müfredat derslerinden bazılarını zorunlu, kimilerini isteğe bağlı olarak almakla yükümlüdür. Bu dersler, eleştirel düşünme, iletişim, deneysel ve nicel akıl yürütme, takım çalışması, kişisel sorumluluk ve sosyal sorumluluk gibi öğrencilerin kişisel becerilerini geliştirmek amacıyla tasarlanmıştır. Serbest Seçmeli Dersler ise, çekirdek müfredat programında yer alan ve alınması zorunlu olanlar dışındaki derslerden, öğrencinin ilgi alanına göre seçtiği derslerdir. Öğrenciler bu dersleri çoğunlukla 8 yarıyılıda yaygın olarak seçebilmektedir.

**Çizelge 5: Zorunlu Alan Dersleri**

Ders Adı	Müfredat Programında İlgili Dersi Sunan Topuluk Koleji Sayısı (N:15)
Pazarlama / Pazarlama İlkeleri/Pazarlama Yönetimi / Pazarlama Uygulamaları	15
Reklamcılık / Reklamcılığın Temelleri / Reklamcılık ve Tanıtım	12
Yönetim İlkeleri/Yönetimin Temelleri / İşletme Yönetimi	11

Yazılım Uygulamaları I / Bilgisayar Uygulamaları/ Bilgisayara Giriş / Bilişim Teknolojileri	11
Finansal Muhasebe / Finansal Muhasebenin Temelleri	10
İşletme İletişimi / İletişime Giriş / İnsan İlişkileri	9
İşyeri Stajı	9
İşletme / İşletmeciliğe Giriş / İşletme Prensipleri	8
Satış / Satış İlkeleri / Profesyonel Satış	8
Muhasebe İlkeleri / Muhasebeye Giriş / Muhasebe Uygulamaları	8
Hukuk / İşletme Hukuku	7
Pazarlama Araştırma ve Stratejileri / Pazarlama Analizlerine Giriş / Ekonomide Araştırma ve Anket / Kantitatif Yöntemler	7
Seminer (İşletme Simülasyonu-Sanal Ofis)	6
Tüketici Davranışları	6
Dijital Pazarlama / İnternette Pazarlama / E-Pazarlama	5
Matematik / İşletme Matematiği	5
Perakende İlkeleri / Perakende / Perakende İşletme Yönetimi	5
Sosyal Medyaya Giriş / Sosyal Medya Pazarlaması	3
Müşteri Hizmetleri / Müşteri İlişkileri ve Satış / Müşteri Hizmetleri	3
Yönetim Muhasebesi / Yönetim Muhasebesinin Temelleri	3
Uluslararası Pazarlama / Uluslararası Pazarlama Yönetimi	3
Bütünleşik Pazarlama İletişimi	2
Küçük İşletme Girişimciliği / Küçük İşletme Yönetimi	2

Uluslararası İşletme	2
İşletme Etiği / İş Etiği	2
Kariyer Geliştirme Becerileri / Kariyer	2
Federal Vergilendirme	1
Yatırım Planlama	1
Tedarik Zinciri Yönetimi	1
Finansal Okuryazarlık	1
Organizasyonel Davranış	1
Halkla İlişkiler	1
Girişimcilik	1
Görsel Mağazacılık Stratejileri	1
Liderlik	1
Web Geliştirmeye Giriş	1
İşletmelerde Kritik Düşünme	1
Etkinlik Yönetimi ve Planlaması	1

Çizelge 5’te, zorunlu alan dersleri, incelenen kolejlerin müfredat programında yer alma sıklıklarına göre sıralanmıştır. Ders adları kurumlara göre farklılaşmakla birlikte, içerikleri benzer olan dersler birlikte değerlendirilmiştir.

Zorunlu Alan Dersleri, eğitim programının gerektirdiği akademik alana özgü, alınması zorunlu olan meslek dersleridir. Bu kategoride, “Pazarlama/Pazarlama İlkeleri/Pazarlama Yönetimi/Pazarlama Uygulamaları” derslerinin, incelenen her üniversitenin müfredat programında yer aldığı görülmektedir. Farklı isimler altında yürütülen reklamcılık dersleri müfredat programında yer alma sıklığı bakımından ikinci sırada bulunmaktadır. Üçüncü sırada ise, yönetim disiplini derslerinin yer aldığı görülmektedir. Bu kategoride, geleneksel pazarlama eğitime uygun bir tasarım olduğu izlenmekte, pazarlamanın dijitalleşmesine uygun olarak yer alması beklenen “Dijital Pazarlama/İnternette Pazarlama/E-Pazarlama” gibi derslerin yalnızca 6 Kolej’in müfredat programında zorunlu olarak sunulduğu izlenmektedir. Ayrıca bu grupta, bazı kolejlerde, “İşyeri Stajı” dersinden farklı olarak, işyeri ortamının bağdaşım kurulduğu (simüle edildiği) bir uygulamayı içeren “Seminer” (Sanal Ofis) dersinin öğrencilere sunulduğu dikkati çekmektedir.



**Çizelge 6: Seçmeli Alan Dersleri**

<b>Ders Adı</b>	<b>Müfredat Programında İlgili Dersi Sunan Topluluk Koleji Sayısı</b>
Kişiler Arası İletişim/ Yönetimde İnsan İlişkileri/ Sözel İletişim	5
Bilişim Teknolojileri/ İşletmeler İçin Bilişim/ Programlamaya Giriş	4
E-Ticaret / E-Ticaret Pazarlaması	3
Reklamcılık	2
Proje Yönetimi Prensipleri / İşletme Projeleri	2
Sosyal Medya Pazarlaması	2
İkna Teorileri / Müzakere	2
Müşteri Hizmetleri / Müşteri İlişkileri Yönetimi	2
İşletme Uygulamaları ve Stratejileri / İşletmeye Giriş	2
Finans Prensipleri	2
Pazarlamanın Temelleri	1
Dijital Pazarlama Analitiği	1
Tüketici Davranışları	1
Satış Yönetimi	1
Kişisel Finans	1
Uluslararası Finans	1
Hizmet Pazarlaması	1
Pazarlama Yönetiminde Özel Konular	1
Markalaşma	1
Perakende	1
Doğrudan Pazarlama	1
Girişimciliğe Giriş	1
Organizasyonel Davranış	1
Masaüstü Yayıncılık	1

Veri Tabanına Giriş	1
Denetleme İlkeleri	1
Küçük İşletme Yönetimi	1
Satış Yönetimi	1
İşletme Matematiği	1
İçerik Pazarlaması	1
İş Etiği	1
İnsan Kaynakları Yönetimi	1
Fotoşop	1
Web Tasarımı	1
Multimedia	1
Ses Mühendisliği	1

Çizelge 6’da yer alan seçmeli alan dersleri, öğrencilerin kayıtlı oldukları akademik alanın gerektirdiği içeriği sunan, seçme serbestisi olan derslerdir. Seçmeli dersler çeşitlilik göstermekle birlikte, iletişim konusuna odaklanan derslerin en sık sunulan dersler olduğu izlenmektedir. Bilişim ve E-Ticaret dersleri müfredat programında yer alma sıklığı bakımından ikinci sıradadır. Birçok Topluluk Kolejinde zorunlu alan dersi olarak belirlenmiş olan Tüketici Davranışları, Satış Yönetimi, Uluslararası Finans, Reklamcılık gibi derslerin bazı üniversitelerde seçmeli ders olarak sunulduğu görülmektedir. Bu kategoride, Masaüstü Yayıncılık, Web Tasarımı, Fotoşop, Ses Mühendisliği gibi bütünüyle uygulamaya yönelik derslerin yalnızca 1 kolej tarafından müfredat programına eklendiği dikkat çekmektedir.

**Çizelge 7: Pazarlama Alan Derslerinin İçerikleri**

<b>Ders Adı</b>	<b>İçerik Tanımı</b>	<b>Topluluk Koleji</b>
Pazarlamaya Giriş	Ders kapsamında, pazar bölümlendirme, pazar araştırması, tüketici davranışı, ürün stratejisi, fiyatlandırma, promosyon ve dağıtım dahil olmak üzere temel pazarlama faaliyetleri tanıtılmaktadır. Ayrıca, üreticiler, toptancılar ve perakendeciler tarafından uygulanan ilkeler ve politikalar incelenerek, tüketici davranışı ve motivasyonunun önemi ve üreticiden tüketiciye malların dağıtım sistemi tartışılmaktadır.	Herkimer Community College
Pazarlama	Bu ders, pazarlama ile ilgili prosedürlere ve uygulamalara kapsamlı bir giriş niteliğindedir. Öğrenciler, günümüz pazarlama eğilimlerinin, müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için nasıl kullanıldığına odaklanmaktadır. İncelenen kavramlar arasında ürün araştırma, geliştirme, paketleme, fiyatlandırma; satış, reklam ve satış promosyonu; dağıtım ve ulaşım; toptancılar ve perakendeciler ve pazarlama araştırması bulunmaktadır.	Finger Lakes Community College
Pazarlama İlkeleri	Bu dersin içeriği; pazarlama fonksiyonlarına giriş, tüketici ve organizasyonel ihtiyaçların belirlenmesi, ekonomik, psikolojik, sosyolojik ve küresel konuların açıklanması ve pazarlama araştırmasının önemini tanımlama ve çözümlenmesidir.	Houston Community College
Reklamcılık ve Tanıtım Stratejileri	Bu ders kapsamında, reklamcılık ve diğer kitle iletişim uygulamaları işlenmektedir. Reklam teorisi, işlevleri ve	Saint Paul College

	ilkeleri, televizyon, radyo, dergi, gazete, açık hava ve internet gibi her türlü medya tanıtılmaktadır. Reklamcılıkta çeşitli kariyer olanakları da tartışılmaktadır.	
Reklamcılık	Bu derste, reklam teknikleri incelenmektedir. Reklam fikirleri oluşturma, metin yazma, ticari markalaşma, reklamın temelleri, medya seçimi ve kullanımı, pazar araştırması ve reklam ajansı konularına özel önem verilmektedir.	Suffolk County Community College

Çizelge 7’de Uygulamalı Bilimler Pazarlama Ön Lisans ders programlarında en sık yer verilen pazarlama ve reklamcılık alan derslerinin içerikleri sunulmuştur. Buna göre; pazarlama ders içeriklerinin geleneksel pazarlama karması unsurlarının öğretimine odaklandığı ayrıca tüketici davranışları, pazar bölümlenmesi (segmentasyonu) ve pazar araştırması konularının ağırlıklı olarak işlendiği görülmektedir. Reklamcılık ders içeriklerinin ise, reklamcılık ilke ve uygulamaları, medya kuruluşlarının rolü, medya planlama ve bütçeleme gibi konulardan oluştuğu izlenmektedir.

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri yükseköğretim sisteminin bir parçası olan ve lise ile dört yıllık kolejler arasında köprü görevi gören Topluluk Kolejlerinin Pazarlama Uygulamalı Bilimler Ön Lisans Müfredat Programları incelenmiştir. Örnekleme olarak seçilen kolejlerin erişime açık olan kurumsal web sitelerindeki bilgiler, “derslerin türü (zorunlu/seçmeli) ve çeşitliliği”, “ders sayısı” ve “ders içerikleri” açısından derlenmiş, programlarda uygulanan eğitim yöntemleri dikkate alınmamıştır.

Araştırma, ABD ön lisans programlarının 2 farklı temel hedefe göre farklılaştırıldığını ortaya koymaktadır. Birincisi, mezunların, transfer anlaşmalarının mevcut olduğu lisans derecelerine geçiş yapabilmesini sağlayan temel kuramsal (teorik) eğitimin verildiği Bilim Ön Lisans programlarıdır. İkincisi ise, mezuniyet sonrası doğrudan ilgili sektörde çalışmak isteyen öğrencilere profesyonel bilgi ve beceri

eğitiminin sunulduğu Uygulamalı Bilimler Ön Lisans programlarıdır. Bazı Topluluk kolejlerinde bu programların yalnızca birinin öğrenci kabul ettiği gözlenirken, birçoğunda aynı mesleki disipline yönelik iki program türünde de eğitim seçeneği sunulduğu izlenmektedir.

Araştırma amaçlarına göre, incelenen pazarlama programları, öğrencilerini farklı iş kollarında “Satış Temsilcisi”, “Pazarlama Asistanı”, “Sosyal Medya/Web Uzmanı”, “Etkinlik Koordinatörü”, “Reklam Asistanı”, “Halkla İlişkiler Sorumlusu”, “Müşteri Hizmetleri Temsilcisi”, “Pazar Analisti” gibi başlangıç seviyesi pozisyonlara hazırlamayı hedeflemektedir.

Ders türleri ve içerikleri incelendiğinde, Uygulamalı Bilimler Pazarlama Ön Lisans müfredat programlarının, geleneksel bir pazarlama eğitimi anlayışıyla tasarlandığı görülmektedir. Müfredatta yer alan dersler incelendiğinde ise, sırayla, “Pazarlama” “Reklamcılık Temel İlkeleri”, “Yönetim ve Muhasebe/Finans” derslerinin müfredat programlarında en fazla yer verilen dersler olduğu gözlenmektedir. Mezunların profesyonel yaşamda, açık, etkili ve ikna edici bir biçimde konuşmak ve yazmak için gereksinim duyacakları etkili ve etkin iletişim becerileri edinmelerini amaçlayan Kompozisyon, İletişim, Kişilerarası İletişim, Sözel İletişim, İşyeri İletişimi gibi derslerin hem zorunlu hem de seçmeli dersler arasında önemli bir yer tuttuğu görülmektedir.

Ön Lisans eğitiminin önemli bir parçası olan İşyeri Eğitiminin Topluluk Kolejlerinde 2 şekilde verildiği görülmektedir: (1) yerinde işyeri stajı ve (2) simüle edilmiş işyeri ortamı deneyimi. Simüle edilmiş iş yeri öğrenmesi, öğrencilerin yerleşmeden ayrılmadan gerçekçi işyeri deneyimi edinmesini sağlamak amacıyla kurgulanmıştır. Bu ders, coğrafi olarak işverenlerden uzak olan ya da kaynak eksikliği, ulaşım ve sigorta gibi engellerle karşılaşan öğrencilere önemli bir fırsat sunmaktadır.

Yapılan çözümleme sonucunda, mezunların profesyonel yaşama doğrudan atılmasını hedefleyen bu programların, temel kuramsal bilgilere odaklı müfredat programı içerikleriyle, iş hayatının gelecekteki ihtiyaçları göz önüne alınarak, sektör gereksinimlerini karşılama konusunda yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında incelenen ders programlarının neredeyse tamamında teori odaklı Genel Pazarlama ve Reklamcılık derslerinin yer aldığı; yalnızca birkaçında Web Tasarımı, Sosyal Medya, İçerik Pazarlaması, Fotoşop, Multimedya (Çoklu-medya) gibi yenilikçi derslerin verildiği anlaşılmaktadır. Öte yandan, çekirdek müfredat programları, farklı disiplinlerden seçilmiş derslerle, öğrencilerin kültürel ve entelektüel yönlerini güçlendirmeyi teşvik etmektedir. Burada dikkat çekici

nokta, öğrencilerin Çekirdek Müfredat Programı kapsamında zorunlu olarak aldıkları derslerin alan bilgisi derslerine oranla ağırlığının daha yüksek oluşudur. Bu özellik Topluluk Kolejlerinde sunulan eğitimin güçlü bir yönü olarak öne çıkmaktadır.

Alan yazında, Amerika Birleşik Devletleri yükseköğretim sisteminin bir parçası olan Ön Lisans Eğitimi ve özelinde Pazarlama Ön Lisans Eğitimi inceleyen bir çalışmanın olmaması bu çalışmaya değer katmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulguların, bu alanda yapılacak eğitim planlamalarına ışık tutacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

Baş, G. (2013). Amerika Birleşik Devletleri eğitim sistemi: karşılaştırmalı bir çalışma. *Journal of Educational Science*, 1 (1), 63-93.

Bogart, Quentin J. (1984). Four structured for marketing in the American public community college. Speeches/Conference Papers, Retrieved from: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED253279.pdf>

Clack, G. (2007). A diverse educational system: structure, standards, and challenges. *American Studies Journal* 49 (2007). Web. 27 Jan. 2022.

Education USA. (2022). Retrieved from: <https://educationusa.state.gov/experience-studying-usa/us-educational-system>

Güçlü, N. & Bayrakçı, M. (2004). Amerika Birleşik Devletleri eğitim sistemi ve hiçbir çocuğun eğitimsiz kalmaması reformu. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5 (2) , 51-64.

Gülmez, D. & Yavuz, M. (2019). Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık yükseköğretim kurumlarının amaç ve yapı boyutları bakımından değerlendirilmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (1), 144-155.

Günay, D. & Özer, M. (2016). Türkiye’de Meslek Yüksekokullarının 2000’li yıllardaki gelişimi ve mevcut zorluklar. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (1), 1-12.

Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (15), 170-189.

National Center For Education Statistics. (2022). Retrived from: <https://nces.ed.gov/collegenavigator/?q=community&s=all&p=52.9999+52.1401&l=92&ic=2&pg=5>



Maes, S., Pfortmiller, J., Sinn, M., & Vail, R. (2011). Kansas State University: 2+ 2 partnerships with community colleges. *Continuing Higher Education Review*, 75, 164-172.

U.S. Embassy and Consulates in Turkey. (2022). Retrieved from: <https://tr.usembassy.gov/education-culture/study-usa/>

### **Müfredat Yapıları İncelenen Pazarlama Uygulamalı Bilimler Programlarının Web Adresleri:**

Raritan Valley Community College: [https://catalog.raritanval.edu/preview\\_program.php?catoid=13&poid=1572&returnto1050](https://catalog.raritanval.edu/preview_program.php?catoid=13&poid=1572&returnto1050)

Northampton County Area Community College: <https://northampton.smartcatalogiq.com/2022-2023/college-catalog/academic-programs/business-and-professional-services/marketing-associate-in-applied-science/>

Kennebec Valley Community College: <https://www.kvcc.me.edu/>

Houston Community College: [https://catalog.hccs.edu/preview\\_program.php?catoid=7&poid=3928&returnto=682](https://catalog.hccs.edu/preview_program.php?catoid=7&poid=3928&returnto=682)

Columbus State Community College: [https://explore.cscs.edu/programs/MKTG.AAS/marketing-aas?\\_gl=1%2ad0c6ix%2a\\_ga%2aMTAwMTEzNTQzLjE2Njc2ODYzMjE.%2a\\_ga\\_FM263DYFRM%2aMTY2NzY4ODQwNC4yLjEuMTY2NzY4ODQxMS4wLjAuMA.](https://explore.cscs.edu/programs/MKTG.AAS/marketing-aas?_gl=1%2ad0c6ix%2a_ga%2aMTAwMTEzNTQzLjE2Njc2ODYzMjE.%2a_ga_FM263DYFRM%2aMTY2NzY4ODQwNC4yLjEuMTY2NzY4ODQxMS4wLjAuMA.)

Austin Community College: <https://www6.austincc.edu/cms/site/www/catalog/programmaps/programmap.php?ap=7692&yr=2023>

Sullivan Community College: <https://sunysullivan.edu/business-and-entrepreneurship/business-administration-marketing-aas/>

Suffolk County Community College: <https://www.sunysuffolk.edu/exploreacademics/college-catalog/documents/Catalog-2022-24.pdf>

Herkimer County Community College: <https://www.herkimer.edu/academics/programs-and-majors/program/10/marketing-a-a-s>

Finger Lakes Community College: <https://www.flcc.edu/academics/marketing/>

Alamance Community College: <https://www.alamancecc.edu/business-administration-department-site/home/marketing-concentration-programs/>

Des Moines Area Community College: [https://catalog.dmac.edu/preview\\_program.php?catoid=21&poid=3781](https://catalog.dmac.edu/preview_program.php?catoid=21&poid=3781)

Garden City Community College: [https://www.gcccks.edu/academics/divisions-folder/business\\_and\\_technology/management-marketing.aspx](https://www.gcccks.edu/academics/divisions-folder/business_and_technology/management-marketing.aspx)

St Clair County Community College: [https://catalog.sc4.edu/preview\\_program.php?catoid=12&poid=859](https://catalog.sc4.edu/preview_program.php?catoid=12&poid=859)

Saint Paul College: <https://www.saintpaul.edu/programs/marketing>