T.C.

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÖNETİM ve ORGANİZASYON BİLİM DALI

ÜNİVERSİTE KARİYER MERKEZİ HİZMETLERİNDE DİJİTAL PLATFORM VE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ ETKİSİ

Doktora Tezi

NEŞE GÜLMEZ

İstanbul, 2021

T.C.

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÖNETİM ve ORGANİZASYON BİLİM DALI

ÜNİVERSİTE KARİYER MERKEZİ HİZMETLERİNDE DİJİTAL PLATFORM VE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ ETKİSİ

Doktora Tezi

NEŞE GÜLMEZ

Danışman: Doç. Dr. Mehmet Emin OKUR

İstanbul, 2021

ÖZET

ÜNİVERSİTE KARİYER MERKEZİ HİZMETLERİNDE DİJİTAL PLATFORM VE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ ETKİSİ

Kariyer merkezlerinin hizmetleri öğrencilerin kariyer gelişimlerini yeteneklerine uygun biçimde destekleyerek profesyonel hayata geçişlerine yardımcı olmaya odaklanmıştır. Kariyer gelişimine destek olmak ise sadece istihdam kaygılarının giderilmesi bakımından değil bireylerin yaşam kalitesinin arttırması ve bir vatandaş olarak topluma sağlayacakları katkı açısından da büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla, kariyer merkezi hizmetlerinin tüm öğrenci ve hatta mezunları kapsar şekilde çeşitlendirilerek yaygınlaştırılması önemlidir.

Yurt dışında, kariyer merkezleriyle ilgili yapılmış çokça araştırma bulunmasına rağmen ülkemizdeki çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Söz konusu çalışmalar dijital platformlar bakımından incelendiğinde ülkemizde bir çalışma örneğine rastlanmamış olup yabancı yazında hizmetlerin dijital platformlar aracılığı ile vermesi gerektiğine işaret eden pek çok çalışma mevcuttur. Ancak dijital platformlara ilişkin kapsayıcı istatistiki bilgiler içeren bir çalışmaya yabancı yazında da rastlanmamıştır. Dahası hangi hizmet türlerinin bu araçlarla verilmesi gerektiğine ilişkin nicel verilere de ulaşılamamıştır.

Mevcut çalışmanın; bu bağlamda literatüre anlamlı bir katkı yapması beklenmektedir. Ayrıca yükseköğretimdeki genç nüfusun kariyer gelişimleri ve istihdam edilebilirlikleri konusunda kritik role sahip kariyer merkezlerine; çalışma yöntemlerini, hizmet içeriklerini ve hizmetlerini kullanıcılara ulaştırma şekillerini günümüz teknolojisine ve kullanıcı beklentilerine uygun olarak biçimlendirebilmeleri için veri sağlamak amacıyla yürütülmüştür.

Bu doğrultuda; kariyer merkezlerinin hizmet türleri için dijital platformu kullanım yoğunluğu ile öğrenci / mezunların bu hizmetlere verdikleri reaksiyon log kayıtlarının incelendiği büyük veri analiziyle gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya paylaşımlarının desteği ise veri dinleme yöntemi kullanılarak ölçülmüştür.

Araştırma kapsamında; sunulan hizmetlerinin hangilerinin kariyer merkezlerinin erişim ağını genişletip, kullanıcı etkileşim ve çeşitliliğini artırdığını gösterir sonuçlara ulaşılmış, söz konusu sonuçlar paylaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Kariyer Merkezi, Sosyal Medya, Dijital Platform, Erişim Ağı, Etkileşim, Çeşitlilik, Yetenek, İstihdam, Kariyer, Gelişim, Büyük Veri, Veri Dinleme

ABSTRACT

THE EFFECTS OF DIGITAL PLATFORM AND SOCIAL MEDIA USAGE IN UNIVERSITY CAREER CENTER SERVICES

The services of career centers are focused to help undergraduates' school-to-work transition by supporting their career development in accordance with their talents. Supporting career development is of great importance not only in terms of mitigating employability concerns, but also in terms of improving quality of life of individuals and their contribution to society as a citizen. Therefore, it is important to expand and diversify the career center services to include all undergraduates and even graduates.

Although there are plenty of research done on career centers, the number of studies on this subject in Turkey is very limited. When these studies are examined in terms of digital platforms; no study example was found in Turkish literature. But in foreign literature, it is seen that there are many studies indicating that services should be provided through digital platforms. However, a study that includes comprehensive statistical information on digital platforms was not encountered in foreign literature either. either. Moreover, quantitative data regarding to what types of services should be provided through these tools, could not be reached.

The current study; in this context, is expected to make a meaningful contribution to the literature. In addition, this study has been carried out in order to provide data to career centers, which have a critical role in the career development and employability of the young population in higher education, so that they can shape their working methods, service contents and ways of delivering services to users in accordance with today's technology and user expectations.

In this direction, with respect to the types of career center services, the data logs for the digital platform usage traffic and undergraduate/graduate reactions to the service have been investigated using Big Data analysis. The effects of the shared content on social media have been measured using the Data Listening method.

Within the scope of the research; The services offered by career centers that expand the access network of the centers and increase user interaction and diversity have been identified, and these results have been shared.

Keywords: University Career Centers, Social Media, Digital Platform, Access Network, Interaction, Diversity, Talent, Employment, Career, Development, Big Data, Listening Data

ÖNSÖZ

Öncelikle süreç boyunca yanımda olup beni yüreklendiren tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Mehmet Emin OKUR'a, çalışmanın her aşamasında engin bilgi birikimi ve tecrübesiyle bana yol gösteren ve desteğini esirgemeyen hocam, Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanı, Sayın Doç. Dr. Salim ATAY'a, değerli katkılarıyla çalışmamı zenginleştiren Prof. Dr. Bige AŞKUN'a alanındaki uzmanlığıyla çalışmaya destek olan Dr. Savaş CEYLAN'a, ve çalışma arkadaşlarım İdil AYBERK AYDIN, Ahmet KURNAZ, Yusuf EKİCİ, Ahmet Anıl KOÇAK ve Mert TEKBIYIK'a teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, çalışmama sağladıkları büyük katkı dolayısıyla Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanlığı'na teşekkürü borç bilirim.

Son olarak annem, babam ve kardeşime bu süreçte gösterdikleri anlayış ve verdikleri destek için teşekkür ederim.

Neşe GÜLMEZ

Ankara, 2021

İÇİNDEKİLER

TABLOLAR LİSTESİ vi
ŞEKİLLER LİSTESİ vii
GRAFİKLER LİSTESİ viii
GİRİŞ 1
1. KURAMSAL ÇERÇEVE 4
1.1. Farklı Ülkelerde Üniversite Kariyer Merkezlerinin Tarihçesi 6
1.1.1 Birleşik Krallık 7
1.1.2. Amerika Birleşik Devletleri 9
1.1.3. Kanada 11
1.1.4. Almanya 12
1.1.5. Fransa 14
1.1.6. Avustralya 16
1.1.7. Güney Kore 18
1.1.8. Japonya 20
1.1.9. Çin 21
1.2. Türkiye'de Üniversite Kariyer Merkezlerinin Tarihçesi 23
1.2.1. Üniversite Yönetimleri İnisiyatifinde Kariyer Merkezlerinin Gelişimi 23
1.2.2. Türkiye'deki Üniversite Kariyer Merkezlerine Cumhurbaşkanlığı Desteği 27
2. KARİYER MERKEZLERİNCE VERİLEN / VERİLMESİ GEREKEN TEMEL HİZMETLER 31
2.1. Kariyer Danışmanlığı 34
2.2. Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri 36
2.3. Kariyer Bilgisi 41
3. KARİYER MERKEZİ HİZMETLERİNDE TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN ETKİSİ 42
3.1. Dijital Platformlar 43
3.2. Sosyal Medya 49
4. ARAŞTIRMA SORULARI ve HİPOTEZLER 54
4.1. Araştırmanın Amacı 54
4.2. Araştırma Soruları 55
4.3. Araştırmanın Modeli 56
4.4. Araştırmanın Hipotezleri 57
4.4.1 Platformun Etkin Kullanımı ve Erişim Ağı – Kullanıcı Etkileşimi İlişkisi 57
4.4.2 Platformun Etkin Kullanımı ve Kullanıcı Çeşitliliği 62
4.4.3 Kullanıcıları Dijital Platformlara Yönlendirmede Sosyal Medya Etkisi 65
5. YÖNTEM 67
5.1 Veri Toplama 67

5.2 Veri Temizleme 67
5.3 Analiz 68
6. BULGULAR 74
6.1 Betimleyici Bulgular 74
6.1.1 Kullanıcılara İlişkin İstatistikler 74
6.1.2. Kariyer Merkezlerine İlişkin Genel İstatistikler 81
6.1.3. Kariyer Danışmanlığına İlişkin İstatistikler 83
6.1.4. İş / Staj İlanlarına İlişkin İstatistikler 93
6.1.5. Kariyer Etkinliklerine İlişkin İstatistikler 95
6.1.6. Duyurulara İlişkin İstatistikler 98
6.1.7. Sosyal Medya Paylaşımlarına İlişkin İstatistikler 100
6.2 Hipotezlere İlişkin Bulgular 106
6.2.1 Platformun Etkin Kullanımı ve Erişilen Kullanıcı Sayısı Arasındaki İlişki 106
6.2.2 Platformun Etkin Kullanımı ve Kullanıcı Çeşitliliği Arasındaki İlişki 117
6.2.3 Sosyal Medya ve Kullanıcıların Dijital Platformları Kullanması Arasındaki İlişki 123
7. BULGULARIN YORUMU ve TARTIŞMA 126
7.1 Betimleyici Bulgulara İlişkin Çıkarımlar 126
7.2 Erişim Ağını Genişleten Hizmetlere İlişkin Çıkarımlar 127
7.3 Kullanıcı Etkileşimini Artıran Hizmetlere İlişkin Çıkarımlar 130
7.4 Erişim Ağı Çeşitliliğini Artıran Hizmetlere İlişkin Çıkarımlar 132
7.5 Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Çıkarımlar 134
8. SONUÇ 135
8.1 Araştırmanın Sınırlılıkları 139
8.2 Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler 140
KAYNAKLAR 141
EKLER 150

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Kariyer Desteğinin 5 Aşamalı Yöntemi (Kawasaki, 2006) 21

Tablo 2: Hipotez sınamalarında kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler 71

Tablo 3: Kariyer Merkezlerinin Toplamda ve Kullanıcı Bazında Gerçekleştirdiği İşlem Sayısı ile Erişim Ağı ve Etkileşim İlişkisi 106

Tablo 4: Eklenen İşveren Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve İşverenlerle İlgili İşlem Sayılarının İlişkisi 108

Tablo 5: İş/Staj İlanı Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve İş/staj İlanlarıyla İlgili İşlem Sayılarının İlişkisi 109

Tablo 6: İşveren Etkinliği Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Sayılarının İlişkisi 110

Tablo 7: Kariyer Merkezi Etkinliği Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Sayılarının İlişkisi 111

Tablo 8: Duyuru Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Sayılarının İlişkisi 112

Tablo 9: Kariyer Danışmanı Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Randevu Talebi Sayılarının İlişkisi 114

Tablo 10: Görüşme Oturumu Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Randevu Talebi Sayılarının İlişkisi 115

Tablo 11: Gerçekleştirilen Görüşme Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Randevu Talebi Sayılarının İlişkisi 116

Tablo 12: Kariyer Merkezlerinin Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri Kapsamında Gerçekleştirdiği İşlem Sayısı ile Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi 117

Tablo 13: Eklenen İşveren Sayısı ile Kayıt Olan ve İşverenlerle İlgili İşlem Yapan Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi 118

Tablo 14: İş / Staj İlanı Sayısı ile Kayıt Olan ve İş / Staj İlanlarıyla İlgili İşlem Yapan Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi 119

Tablo 15: İşveren Etkinliği Sayısı ile Kayıt Olan ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Yapan Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi 120

Tablo 16: Kariyer Merkezi Etkinliği Sayısı ile Kayıt olan ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Yapan Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi 121

Tablo 17: Duyuru Sayısı ile Kayıt Olan ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Yapan Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi 122

Tablo 18: Hipotezlere İlişkin Analiz Sonuçları 125

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Gelecekteki Kariyer Merkezleri Organizasyon Yapısı (Atay vd. 2019) 30
Şekil 2: Araştırma Modeli 56

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Kullanıcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı 74
Grafik 2: Kullanıcıların Yaşlarına Göre Dağılımı 75
Grafik 3: Kullanıcıların Eğitim Seviyelerine ve Mezuniyet Durumlarına Göre Dağılımı 76
Grafik 4: Kullanıcıların Üniversitelerinin Bulunduğu İllere Göre Dağılımı 76
Grafik 5: Kullanıcıların Üniversite Türlerine Göre Dağılımı....77
Grafik 6: Kullanıcıların Üniversite Liglerine Göre Dağılımı 77
Grafik 7: Kullanıcıların Üni-Veri Bölüm Sınıflandırmasına Göre Dağılımı....78
Grafik 8: Kullanıcıların En Çok Gerçekleştirdiği İşlemler 79
Grafik 9: Kullanıcıların İşlem Tarihleri Dağılımı....79
Grafik 10: Kullanıcıların İşlem Ortalamalarının İllere Göre Dağılımı 80
Grafik 11: En Aktif Kullanıcıların Üni-Veri Bölüm Gruplarına Göre Dağılımları 81
Grafik 12: Kariyer Merkezlerinin İllere Göre Dağılımı....82
Grafik 13: Kariyer Merkezlerinin Üniversite Türü Göre Dağılımı....82
Grafik 14: Kariyer Merkezlerinin Üniversite Ligine Göre Dağılımı 82
Grafik 15: Kariyer Merkezleri Tarafından En Çok Yapılan İşlemler 83
Grafik 16: Kariyer Danışmanlarının En Çok Yaptığı İşlemler....84
Grafik 17: Kariyer Danışmanlarınca Oluşturulan Ortalama Oturum Sayısının İle Göre Dağılımı 85
Grafik 18: Kariyer Danışmanlarınca Oluşturulan Ortalama Oturum Sayısının Üniversite Türüne Göre Dağılımı 86
Grafik 19: Kariyer Danışmanlarınca Oluşturulan Ortalama Oturum Sayısının Üniversite Ligine Göre Dağılımı 86
Grafik 20: Kariyer Danışmanlarınca Gerçekleştirilen Ortalama Görüşme Sayısının İle Göre Dağılımı 87
Grafik 21: Kariyer Danışmanlarınca Reddedilen Randevu Talebi Ortalamasının İllere Göre Dağılımı87
Grafik 22: Kariyer Danışmanlarınca Gerçekleştirilen Ortalama Görüşme Sayısının Üniversite Türüne Göre Dağılımı....88
Grafik 23: Kariyer Danışmanlarınca Reddedilen Randevu Talebi Ortalamasının Üniversite Türüne Göre Dağılımı....88
Grafik 24: Kariyer Danışmanlarınca Gerçekleştirilen Oturum Ortalamasının Üniversite Ligine Göre Dağılımı 89
Grafik 25: Kariyer Danışmanlarınca Reddedilen Randevu Talebi Ortalamasının Üniversite Ligine Göre Dağılımı....89
Grafik 26: Görüşmelerine İlişkin Bilgileri Kaydeden Kariyer Danışmanlarının İllere Göre Dağılımı..90
Grafik 27: Görüşmelerine İlişkin Bilgileri Kaydeden Kariyer Danışmanlarının Üniversite Türüne Göre Dağılımı 90

Grafik 28: Görüşmelerine İlişkin Bilgileri Kaydeden Kariyer Danışmanlarının Üniversite Ligine Göre Dağılımı 91
Grafik 29: Öğrenci Profillerini İnceleyen Kariyer Danışmanlarının İle Göre Dağılımı 92
Grafik 30: Öğrenci Profillerini İnceleyen Kariyer Danışmanlarının Üniversite Türüne Göre Dağılımı92
Grafik 31: Öğrenci Profillerini İnceleyen Kariyer Danışmanlarının Üniversite Ligine Göre Dağılımı 92
Grafik 32: Başvuruya Açılan Ortalama İş / Staj İlanı Sayısının İle Göre Dağılımı 93
Grafik 33: Başvuruya Açılan Ortalama İş / Staj İlanı Sayısının Üniversite Türüne Göre Dağılımı 94
Grafik 34: Başvuruya Açılan Ortalama İş / Staj İlanı Sayısının Üniversite Ligine Göre Dağılımı 94
Grafik 35: Başvuruya Açılan İş / Staj İlanlarının Tarihlere Göre Dağılımı 94
Grafik 36: İşverenler Tarafından Düzenlenen Kariyer Etkinliklerinin İle Göre Dağılımı 95
Grafik 37: İşverenler Tarafından Düzenlenen Kariyer Etkinliklerinin Üniversite Türüne Göre Dağılımı 96
Grafik 38: İşverenler Tarafından Düzenlenen Kariyer Etkinliklerinin Üniversite Ligine Göre Dağılımı 96
Grafik 39: Kariyer Merkezi Tarafından Düzenlenen Etkinlik Ortalamalarının İle Göre Dağılımı 97
Grafik 40: Kariyer Merkezi Tarafından Düzenlenen Etkinlik Ortalamalarının Üniversite Türüne Göre Dağılımı 97
Grafik 41: Kariyer Merkezi Tarafından Düzenlenen Etkinlik Ortalamalarının Üniversite Ligine Göre Dağılımı 98
Grafik 42: Kariyer Merkezleri Tarafından Paylaşılan Duyuruların İle Göre Dağılımı 99
Grafik 43: Kariyer Merkezleri Tarafından Paylaşılan Duyuruların Üniversite Türüne Göre Dağılımı .99
Grafik 44: Kariyer Merkezleri Tarafından Paylaşılan Duyuruların Üniversite Ligine Göre Dağılımı ..99
Grafik 45: Kariyer Merkezlerinin Tweet Türleri 100
Grafik 46: Kariyer Merkezlerinin Günlük Tweet Sayıları 100
Grafik 47: Sosyal Medya Paylaşımların İllere Göre Dağılımı 101
Grafik 48: Sosyal Medya Paylaşımlarının Üniversite Türüne Göre Dağılımı.....101
Grafik 49: Sosyal Medya Paylaşımlarının Üniversite Ligine Göre Dağılımı.....102
Grafik 50: Kariyer Merkezlerinin Tweetlerindeki Bahsetme (Mention) İlişkileri.....103
Grafik 51: Kariyer Merkezlerinin Tweetlerindeki Etiket (Hashtag) İlişkileri 104
Grafik 52: Kariyer Merkezlerinin Tweetlerinde En Çok Geçen Kelime (Key Word) İlişkileri 105
Grafik 53: Sosyal Medyanın Kullanıcıların Platformlara Yönlendirilmesindeki Rolü.....123

GİRİŞ

Ülkemizde, 2002 yılı itibari ile üniversite eğitimine ulaşmayı kolaylaştırmak ve daha çok sayıda gencin yükseköğretimden yararlanmasını mümkün kılmak amacı ile devlet tarafından pek çok yatırım ve çalışma yapılmıştır. Türkiye Büyük Millet Meclisinden güvenoyu alarak geçen 58. Hükümet Programındaki "üniversitelerin yurt düzeyinde yaygın hale getirilmesi" ifadesini bu çalışmaların miladı olarak kabul etmek mümkündür. Söz konusu irade ortaya koyulduğunda 38 ilde 76 üniversite (YÖK, 2020c) var iken bugün 129'u devlet, 78'i vakıf olmak üzere ülkemizdeki üniversite sayısı 207'ye ulaşmıştır (YÖK, 2020b) ve her ile bir üniversite açma hedefi çoktan tamamlanmıştır.

Tüm illerde üniversite açılması ve kapasitelerinin arttırılmasına yönelik yürütülen çalışmalara ilişkin hem akademik literatürde hem de farklı platformlarda olumlu ve olumsuz pek çok görüşe rastlamak mümkündür. Ancak ülkemiz gençlerinin üniversite eğitimi alma yönündeki taleplerinin her geçen gün arttığı da bir gerçektir. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) 2020 Yılı Yükseköğretim Kurumları Sınavı (YKS) Yerleştirme Sonuçları Raporu'na göre; tercih yapmak için yeterli puanı yakalayan adayların sayısı 2020 yılında, bir önceki yıla göre 27.704 kişi artarak 781.165'e ulaşmıştır. (YÖK, 2020a).

Genç neslin, eğitim seviyesini yükseltme yönünde gösterdikleri bu eğilim sadece ülkemizle sınırlı olmayıp pek çok ülkenin gençleri de benzer bir yönelim sergilemektedir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) raporları, tüm OECD üyesi ülkelerde 2009 ile 2019 yılları arasında üniversite eğitimi alan gençlerin sayısında ortalama %10 oranında artış olduğunu ortaya koymaktadır, Türkiye'de ise bu oran %19'dur (OECD, 2020a).

Akademik çalışmalar ise yükseköğretime devam etme talebindeki bu artışın, "daha iyi kariyer fırsatlarına ulaşabilme" isteğinden kaynaklandığını göstermektedir (Carlson, 2017; Royal, 2020). Los Angeles Kaliforniya Üniversitesi (UCLA) tarafından 2020 yılında yayınlanan araştırmaya göre gençlerin üniversite eğitimi alma kararında "daha iyi bir iş bulma" amacı %83,5 ile ilk sırada yer almaktadır (Bara Stolzenberg ve diğerleri., 2020).

Üniversite eğitimi alanların sayısındaki artışa ilişkin olumlu / olumsuz pek çok farklı yoruma rastlamak mümkündür ancak mevcut çalışmanın konusu ne bu tartışmaları irdelemek ne de alternatif bir bakış açısı ile bu tartışmaların bir parçası olmaktır. Bunun ötesinde, daha iyi bir kariyer ve dolayısıyla daha iyi bir geleceğe sahip olma planı ile üniversite eğitimi almaya karar veren gençlere üniversitelerde verilmesi gereken kariyer hizmetleri ve bunların öğrenci ve mezunlara en etkin şekilde ulaştırılması ile ilgilidir.

Bu doğrultuda, öncelikle tüm yükseköğretimi düzenleyen ve yükseköğretim kurumlarının faaliyetlerine yön veren ("Yükseköğretim Kanunu," 1981) YÖK'ün yükseköğretim ile istihdam arasındaki ilişkiyi nasıl değerlendirdiğini bilmek, çalışmanın kapsamı bakımından önem arz etmektedir.

Yükseköğretimde yeniden yapılanma ve Bologna Sürecine ilişkin YÖK tarafından hazırlatılan kaynakta, yükseköğretim kurumlarından mezun olan bireylerin istihdam durumlarına ilişkin görüşler açıklamış ve istihdamın sadece bireyin eğitim seviyesinden değil, ekonomi, devlet bürokrasisi vb. farklı faktörlerden etkilendiği vurgulanmıştır. Söz konusu kaynakta, yükseköğretim kurumlarının sorumluluğu, "*istihdam imkânlarına göre mezun vermek değil, imkânlar ölçüsünde talepte bulunan herkese yükseköğretim imkânı sunmak, ancak verdiği mezunları iş olması halinde o işi en iyi yapacak bilgi, beceri ve yetkinliklerle donattığını garantileyerek mezun etmek"* şeklinde ifade edilmiştir (Erdoğan, 2010). Aynı çalışmada YÖK, Üniversite eğitimi almayı tercih eden öğrencilerin aksine, istihdamı yükseköğretimin ikincil bir çıktısı olarak değerlendirse de, mezunların istihdam edilebilirliklerini arttırmak için yürütülecek çalışmalardan "yükseköğretim kurumlarının" sorumlu olduğu belirtmiştir. Yükseköğretim kurumlarına da; öğrencilerin istihdam edilebilirliklerini desteklemeleri için öneriler getirilmiştir. Bu kapsamda; süreçlerine işverenler, öğrenciler, mezunlar gibi paydaşları da dâhil etmeleri, programları oluştururken ve geliştirirken iş dünyasının yetkinlik beklentilerini de dikkate almaları, mezunlarının istihdam durumlarını takip etmeleri gerektiğinden bahsedilmiştir (Erdoğan, 2010).

Gelişmiş ekonomilerdeki örnekler incelendiğinde, mezunların istihdam edilebilirliklerini arttırmak ve öğrencilerin kariyer gelişimlerini desteklemek amacıyla yürütülen çalışmalar için üniversitelerde "Kariyer Merkezleri" kurulduğu ve söz konusu görev ve sorumlulukların bu birimlerce üstlenildiği görülmektedir.

Kabul gören anlayışa göre; Kariyer Merkezlerinin temel amacı, kariyer, eğitim, istihdam ve girişimcilik kararları ve planlarını desteklemek geliştirmek ve / veya uygulamak konusunda öğrencilere / mezunlara ve ilgili diğer taraflara yardımcı olmaktır (NACE, 2019b).

Bu temel amacın yanı sıra kariyer merkezlerinin sunduğu hizmetler öğrenciler, işverenler, eğitim kurumları ve hatta devletler için önemli bir aracı durumundadır. Kariyer Merkezleri aracılığıyla öğrencilere ulaştırılan rehberlik hizmetleri; kendilerine sunulan karmaşık eğitimsel ve mesleki seçimlerle başa çıkmalarını ve bunlardan maksimum faydayı elde edebilmelerini sağladığından öğrenciler için, öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek programlarla bağlantı kurmalarına ve bu şekilde hizmetlerinin etkililiğini arttırmalarını sağladığından eğitim kurumları için, ihtiyaçlarına uygun yetenek ve motivasyona sahip çalışanları bulmalarına yardımcı olduklarından işverenler için ve son olarak toplumun insan kaynağından en yüksek seviyede yararlanılmasını sağladığından hükümetler için önemlidir. Dolayısıyla, insan kaynağının verimliliğin artırılmasında ve eğitim / mesleki fırsatlara erişimde sosyal eşitliğin geliştirilmesinde kilit rol oynayabilir (Watts, 1996a).

Mevcut çalışmada, farklı paydaşlar için kritik önem arz eden ve "Kariyer Merkezlerinin" hizmetlerini dijital platformlar aracılığıyla sunması ile öğrenci / mezunların bu etkileşim yöntemine verdiği reaksiyon arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu kapsamda hangi hizmet türlerinin bu platformlar aracılığıyla sunulmasının hedef kitleye ulaşmayı kolaylaştırarak kariyer merkezlerinin erişim ağını

genişlettiği ve kariyer merkezi-öğrenci / mezun arasındaki etkileşimi arttırdığı araştırılmıştır. Ayrıca; sosyal medyanın bu ilişki üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Bu bağlamda; kariyer merkezlerinin, farklı hizmet türleri için dijital platformları kullanım yoğunluğu ve öğrenci / mezunların bu hizmetlere platform kullanımı ile verdikleri reaksiyon eş zamanlı log kayıtlarının incelendiği büyük veri analizi ile gerçekleştirilmiştir. Sosyal medyanın desteği ise veri dinleme yöntemi ile incelenmiştir.

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

Farklı araştırmalar, günümüzde gençlerin yükseköğretime devam etme motivasyonlarının daha iyi bir işe ve kariyere sahip olma hedeflerinden kaynaklandığını göstermektedir. 2017 yılında 86.000'den fazla yükseköğrenim öğrencisi ile yapılan araştırmada öğrencilere yükseköğretime devam etme nedenleri sorulmuş, katılımcıların %58'i "daha iyi bir kariyer için" yükseköğretime devam ettiklerini belirtirken, sadece %23'ü temel amacını "daha fazla bilgi sahibi olmak" şeklinde ifade etmişlerdir. Verilen cevaplar katılımcıların, etnik kökenlerine, ailelerinin eğitim ve gelir seviyelerine ve cinsiyetlerine göre analiz edildiğinde de durum değişmemiştir. Katılımcılar gelecekteki profesyonel hayatlarını garanti altına almak için üniversite eğitimi almanın gerek şart olduğunu ifade etmişlerdir (U. S. S. E. Network ve Gallup, 2018).

Los Angeles Kaliforniya Üniversitesi (UCLA) tarafından 1969 yılından bu yana, üniversiteye başlayan öğrencilerin geçmiş kültürel özelliklerini, ortaöğretim deneyimlerini, tutum ve davranışlarını ve yükseköğretimden beklentilerini tespit etmek üzere yapılan araştırmalarda da her geçen yıl üniversite eğitimine başlayan öğrencilerin bu kararı verme nedenlerindeki "gelecekteki kariyer endişesi" üst sıralara yükselmiştir. "Daha iyi bir iş bulmak" 1980 yılına ilişkin raporda %77,1 (Astin, 1981), 1990'da %78,3 (Sax ve diğerleri., 2000), 2000'de %71,6 (Sax ve diğerleri., 2000) ile birinci ve ikinci sıralarda yer alırken; 2010'da bu oran %84,7 ile 2019 yılında ise %83,5 (Bara Stolzenberg ve diğerleri., 2020) ile ilk sırada yer almıştır.

Dünyadaki iş gücü piyasalarındaki insan kaynağı ihtiyacı bakımından, gençlerin gelecekte daha iyi bir kariyere sahip olmak için üniversite eğitimi alma kararı vermiş olmaları şaşırtıcı değildir. İşgücü piyasasının insan kaynağı ihtiyacına yönelik araştırmalar; teknolojik ilerleme ve küreselleşme nedeni ile birçok ülkede, üniversite eğitimi almayan gençler için iş gücü piyasası koşullarının kötüleştiğini göstermektedir. Söz konusu gençler iş bulmakta zorlanmakta, niteliklerinin altında işlerde ya da hak ettiklerinden düşük ücrete çalışmak zorunda kalmaktadır (OECD, 2019).

OECD tarafından 2020 yılında hazırlanan "Education at a Glance" raporunda da benzer şekilde; üye ülkelerin ekonomilerinin yüksek nitelikli çalışanlara bağlı olduğu, dolayısıyla eğitim seviyesi yüksek bireyler için iş bulma imkânının daha yüksek olduğuna işaret edilmektedir. Aynı raporda, daha düşük eğitim seviyesine sahip bireylerin düşük kazançlarla, otomasyon ile ikame edilme ihtimalleri oldukça yüksek rutin işlerde çalıştıklarından istihdam edilebilirliklerinin azaldığı ve tıpkı COVID-19 salgını gibi kimi krizlerden en çok etkilenen grup olduğu ortaya koyulmakta ve iş gücü piyasalarındaki bu eşitsizliğin toplumdaki eşitsizlikleri de şiddetlendirdiği ifade edilmektedir (Amey, 2020).

Üniversite eğitimi bireyler ve iş gücü piyasası için olduğu kadar, devletler için de önemli bir kaynaktır. Ülkeler, iş gücü piyasasına dâhil olduklarında, yüksek eğitime sahip bireyler tarafından ödenen vergilerden ve sosyal katkı paylarından daha yüksek gelir elde edebilmektedirler. OECD raporlarına göre hükümetlerin yükseköğretime yatırdığı her ABD doları, bir erkek için 3,2 ABD doları ve bir kadın

için 2,2 ABD doları kamu yararı oluşturmaktadır. Yükseköğretim kendi içinde sınıflandırıldığında ise lisans, yüksek lisans veya doktora eğitiminin özel ve kamu net mali getirilerinin ön lisans eğitiminin sağladığından daha fazla olduğu görülmektedir (Amey, 2020).

Yükseköğretim görmüş bireyler daha düşük eğitim seviyelerine sahip olanlara göre istihdamda avantajlı durumda olsa da bu durum üniversite eğitimi alan bireylerin istihdam problemi yaşamadıklarının bir göstergesi değildir. Ülkemiz de dâhil olmak üzere bugün pek çok ülke, genç işsizliği ile mücadele etmektedir (OECD, 2020c) ve söz konusu kitlenin, mevcut çalışmanın da konusu olan, önemli bir bölümünü üniversite eğitimine sahip gençler oluşturmaktadır. 2019 yılı verilerine göre 25-64 yaş aralığındaki üniversite mezunlarının işsizlik oranı OECD üye ülkelerinde %3,8 iken ülkemizde bu oran %10,7'dir (OECD, 2020d).

Yükseköğretim, genel olarak akademik eğitim şeklinde anlaşılsa da aynı zamanda ileri seviyede uzmanlık ve mesleki eğitimi de içerir (Schneider, 2008). Bahsi geçen %3,8'lik üniversiteli işsizlik oranına sahip ülkelerde, eğitim hayatından iş hayatına geçişi kolaylaştırmak için; öğrencilerin iş gücü piyasasının ihtiyaç duyduğu becerilere sahip olması amaçlanmakta, bu doğrultuda "mesleki eğitimi" geliştirmeye özellikle özen gösterilmekte ve kariyer danışmanlığı gibi uygulamalar ile öğrencilerin kariyer gelişimleri desteklenmektedir. Yükseköğretim kurumları da, sektör kaygıları ve paydaş baskılarının bir sonucu olarak, mezunlarının mesleki eğitimlerine ve istihdam edilebilirlik becerilerine giderek daha fazla dikkat etmektedir (Paterson, 2017).

Üniversite kariyer merkezleri de tam bu noktada devreye girmektedir, çünkü üniversite kariyer merkezlerinin hizmetleri, öğrencilerin kariyer gelişimlerini destekleyerek üniversiteden profesyonel hayata geçişte onlara yardımcı olmaya odaklanmıştır (Vinson, Reardon ve Bertoch, 2014).

Kaldı ki bireylerin kariyer gelişimine destek olmanın önemi üniversiteler için sadece istihdam kaygılarının giderilmesi bakımından değil aynı zamanda yetiştirdikleri bireylerin birer vatandaş olarak topluma sağlayacakları katkı açısından da büyük önem arz etmektedir. Kariyer gelişimi; bireyin yetenekleri, ilgili alanları ve değerlerinin dâhil olduğu yaşam doyumu ile doğrudan ilgilidir (Brown ve Crace, 1996), dolayısıyla doğru kariyer tercihi yapmak ve üretken bir kariyer rotası çizip bunu izleyebilmek bireysel tatmin ve sosyal entegrasyon bakımından oldukça etkilidir (Feldman, 2003).

1.1. Farklı Ülkelerde Üniversite Kariyer Merkezlerinin Tarihçesi

Bugün farklı isimler altında anılsa da genellikle "Kariyer Merkezi" ismini taşıyan üniversite birimlerinin ilk örneği İngiltere'de, "Appointment Committee" ismi ile 1892 yılında Oxford Üniversitesi'nde (Barbour, 2016; UNESCO, 1994) kurulmuştur. Bunu 1902 yılında Cambridge Üniversitesi'nin kurduğu "Appointment Boards" isimli birim izlemiştir (Waters ve diğerleri., 2002). Amerika Birleşik Devletleri'ndeki ilk örneğini ise 1919 yılında Yale Üniversitesinde kurulan "Placement Office" oluşturmaktadır (Gonzales, 2017). İngiltere'deki 1939 yılı itibari ile nerdeyse tüm üniversitede söz konusu birimler faaliyete geçmiş iken (Barbour, 2016) Amerika Birleşik Devletleri genelindeki üniversitelerde yayınlaşması da 1900'lü yılların ortalarında tamamlanmıştır (Wiese, 2018).

Mezunların istihdamının üniversite tarafından desteklenmesi gerektiğine ilişkin farkındalığın ilk defa Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere'de gelişmiş olması aslen İngiliz ve Amerika örf ve adet hukukundaki bir doktrine dayanmaktadır: *"In loco parentis"*. Mahkemeler; 1800'lü yılların ortalarından 1950'lerin sonuna kadar, geçici bir vasi veya yöneticinin, bir çocuğa ait ebeveyn sorumluluklarının tamamını veya bir kısmını üstlendiği yasal bir ilişkiyi ifade eden bu doktrinden üniversiteleri sorumlu tutmuştur (P. Lee, 2011).

Doğruluğu, uygulandığı dönemlerde tartışmalara konu olmuş, Latince "bir ebeveyn yerine" anlamına gelen bu terime özellikle Kariyer Merkezlerinin erken dönemlerine ilişkin Amerikan ve İngiliz literatürü taramalarında rastlamak mümkündür. Söz konusu çalışmalarda terim dönemindeki tartışmalı içeriğinden uzaklaşarak, yükseköğretim kurumlarının öğrencilere iş bulma konusundaki desteğinin temelini oluşturan felsefeyi özetlemektedir.

Kuruluş yıllarındaki isimlerinden de anlaşılacağı üzere, erken dönemde kariyer merkezleri mezunların mevcut açık pozisyonlara yerleştirilmesini desteklemek amacı ile kurulmuştur (Lucas, 1986). Kariyer merkezlerinin gelişim sürecinde ekonomik ve teknolojik etmenler ortak bir etkiye sahipse de ülke koşullarına göre, kuruluş ve yaygınlaşma tarihleri ve gelişim aşamalarında değişiklik gözlenmektedir.

Bu doğrultuda; kariyer hizmetlerini dünyada ilk defa vermeye başlayarak bu alandaki temeli oluşturan Anglosakson ülkeler Birleşik Krallık, Amerika Birleşik Devletleri ve üniversite kariyer merkezi uygulamasına daha geç başlayan aynı kültürden Kanada örneklerindeki tarihsel gelişim mevcut araştırmanın literatür taraması kapsamında incelenmiştir. Kıta Avrupası yaklaşımını ortaya koymak adına nüfusça ülkemize benzer Almanya ve Fransa'daki gelişmeler ele alınmıştır. Farklı kültürlerdeki örnek uygulamalara da yer vermek amacı ile Asya-Pasifik ülkelerinden Avustralya, Güney Kore ve Japonya'daki, ülkemize olan gelir seviyesi benzerliği nedeniyle bu grupta yer alan Çin'deki üniversite kariyer hizmetlerinin tarihsel gelişimleri ve mevcut durumları incelenmiştir. Ülkemiz için örnek teşkil etmesi bakımından, inceleme için seçilen ülkelerin tamamının, 25-34 yaş aralığındaki üniversite mezunlarının istihdam oranının karşılaştırıldığı OECD'nin "Education at a Glance 2020" (OECD, 2020a) raporuna göre, ülkemizden daha yüksek olmasına dikkat edilmiştir.

1.1.1 Birleşik Krallık

Birleşik Krallık'ta genel olarak kariyer hizmetleri, endüstri devrimi nedeniyle ortaya çıkan ihtiyaçların karşılanması amacıyla başlamıştır. Ayrıca, Victoria Devri'nin sonlanması ile sosyal devlet anlayışını güçlendiren yeni bir yönetim yaklaşımı benimsenmiş ve bu durum kariyer hizmetlerinin sunulmasında etkili olmuştur (Terzaroli, 2019). Mesleki danışmanlık kapsamında 20. yüzyılın başlarında başlayan bu hizmetler erken dönemde yalnızca genç bireylerin işe yerleştirilmesi üzerinde yoğunlaşmıştır (A. Watts ve J. M. Kidd, 2000). Kariyer hizmetlerinin kurumsallaşmasında ilk adımın ise 1902 yılında çıkan Eğitim Kanunu ile atıldığı bilinmektedir ve bu durum "kariyer" konusuna eğitim anlayışı ile yaklaşıldığının da ilk göstergesidir (Peck, 2004).

Aynı dönemlerde üniversitelerdeki kariyer merkezi hizmetlerinin ilk örneklerine "Appointment Committee / Board" adı altında; 1892 yılında Oxford ve 1914 yılında Cambridge Üniversitelerinde (Schoenberg, 1978) rastlandığı ancak bu hizmetlerin tüm üniversitelere yayılmasının 1950'li yıllara kadar sürdüğü bilinmektedir (A. G. Watts ve J. M. Kidd, 2000). Bahsi geçen "Appointment Committee / Board" tarafından sunulan hizmetler; danışmanlık görüşmeleri, kariyer / iş / işveren konularında bilgilendirmeler, öğrencilere boş pozisyonların duyurulması ve işverenler ile işe alım mülakatları ayarlanması gibi işe yerleştirme işlemlerini kapsamaktaydı (Watts ve diğerleri., 1996).

Üniversite öncesi eğitim kurumlarında ise, gençlerin iş gücü piyasası ile bağlantısını arttırmak için, 1920'li yıllardan itibaren kariyer öğretmenleri istihdam edilmeye başlanmış, 1960'lı yıllara gelindiğinde de bu uygulama yaygınlaşmıştır (Hayes ve Hopson, 1971).

Watts ve Kidd tarafından yapılan çalışmada; mesleki rehberlik kapsamında sunulan hizmetlerin kariyer hizmetlerine dönüşümünün 1973 yılında çıkarılan İstihdam ve Eğitim Kanunu ile gerçekleştiği belirtilmektedir. Bu kanun ile "Genç İstihdam Hizmeti", "Kariyer Hizmetine" dönüştürülerek yerel eğitim makamlarının bu hizmeti sunması yasal bir zorunluluk haline getirilmiştir (A. G. Watts ve J. M. Kidd, 2000). Aynı çalışmada kariyer hizmetlerinin profesyonelleşmesi ile iki büyük gelişme yaşandığından bahsedilmektedir. Bunlardan birincisi; tüm eğitim kurumlarının müfredatına giren kariyer eğitimleri ile öğrencinin kariyeri hususunda sorumluluk sahibi olmasının sağlanmasıdır. İkincisi ise; sermayesi kamu tarafından sağlanan kariyer hizmetlerinin yalnızca gençleri değil yetişkinleri de kapsayacak şekilde değişmesidir. Son olarak, Birleşik Krallık'ta 1997 yılında çıkan Eğitim Kanunu ile kariyer eğitiminin müfredatın zorunlu bir parçası haline geldiği bilinmektedir (A. G. Watts ve J. M. Kidd, 2000).

Watts tarafından 1997 yılında yapılan çalışmada Heyworth Raporu'na atıfta bulunulmuş ve kariyer hizmetlerinin geliştirilmesi için iş gücüne katılmaya aday 100 son sınıf öğrencisine bir kariyer hizmeti çalışanı düşecek şekilde kariyer merkezlerinin istihdamının artırılması gerektiği

belirtilmiştir. Ancak bu hedef bütçe kısıtları nedeniyle gerçekleşmemiştir ve bu bağlamda, 1980'li yıllarda kariyer hizmetleri gözden geçirilerek söz konusu hizmetlerin sunumunda teknolojik gelişmelerden faydalanılması öngörülmüştür (Watts, 1997). Watts'ın aynı çalışmasında; bu durum sonucunda birebir danışmanlık görüşmelerinin kariyer merkezlerinin en önemli hizmeti olmaktan çıktığı, uzun birebir görüşmeler yerine öğrencilere bilgi edinme, kısa mülakatlar, bilgisayar destekli rehberlik hizmetleri ve grup görüşmeleri gibi birçok farklı hizmetin sunulduğu "açık erişim" modelinin yaygınlaşarak benimsendiği belirtilmektedir.

Kariyer hizmetleri halen üniversitelerde yasal bir zorunluluk değildir yine de tüm üniversiteler tarafından bu hizmet sunulmaktadır. Ayrıca ülke genelinde kariyer konusuna verilen önemin bir göstergesi de hükümet tarafından 2017 yılında yayınlanan Kariyer Stratejisi'dir. Birleşik Krallık Parlamentosu Avam Kamarası kütüphanesinde yer alan "Career Guidance in Schools, Colleges and Universities" isimli raporda üniversite kariyer merkezleri tarafından verilen hizmetler; kariyer tavsiyeleri, CV oluşturma yardımı, mülakat becerileri kazandırma, sosyal ağ oluşturma, kariyer fuarları ve mentorluk olarak sayılmaktadır. Aynı raporda, işverenler tarafından sıkça aranan sosyal becerileri öğrencilere kazandırmak üzere üniversiteler tarafından etkinlikler düzenlediği ve bu becerilere yönelik ödüller verilerek öğrencilerin bu becerileri ve yetkinlikleri öz geçmişlerine ekleyebildiği bilgisi mevcuttur (Long, Hubble ve Loft, 2020).

Yükseköğretim kariyer hizmetlerinin sunumunda iyi uygulamaların geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması konusunda çalışan "The Association of Graduate Careers Advisory Services (AGCAS)" tarafından yapılan araştırmalarda son dönemde kariyer hizmetlerinin özellikle iş gücü piyasasında yer edinmesi güç olan öğrenciler üzerine yoğunlaştığı belirtilmektedir. Ayrıca, fiziksel veya zihinsel engelleri olan öğrencilere özel hazırlanan kariyer hizmetlerinin de araştırmaya katılan kariyer merkezlerinin üçte ikisinde mevcut olduğu belirtilmektedir. En sık verilen hizmetlerin ise işveren sunumları, işverenler tarafından düzenlenen beceri atölyeleri / seminerleri, kariyer fuarları olduğu ifade edilmiştir (AGCAS, t.y.).

Ülke genelinde, kariyer merkezleri 1980'lı yıllardan itibaren sürekli olarak gelişen teknolojiyi yakalamak üzere çalışmaktadır (Hooley, Hutchinson ve Watts, 2010). Örneğin, yaşanan COVID-19 salgını nedeniyle Birleşik Krallık üniversitelerinin sanal kariyer fuarları düzenleme hususunda çalışmalar başlattığı ve yeni koşullara uyum sağlayarak hizmetlerini sürdürdüğü görülmektedir.

Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri'nin mezun işsizlik rakamlarının tüm OECD ülkelerinden daha düşük olması işveren ve öğrenci arasındaki bağlantıyı güçlendiren kariyer merkezlerinin önemine işaret ettiği düşünülebilir (OECD, 2020a).

1.1.2. Amerika Birleşik Devletleri

Amerika Birleşik Devletleri'nde kariyer hizmetlerinin tarihsel gelişimi sosyal, ekonomik ve politik değişimler ile birlikte ele alınmalıdır. Sanayi devrimi ile değişen ekonomik koşullar, yaşanan savaşlar ve ülkelerin birçok alanda rekabet etme isteği yeni yetişen nesilden ve okullardan elde edilmek istenen sonuçları değiştirmiştir. Yetiştirilen öğrencilerin ülkenin ekonomik koşullarında başarılı olmaları konusunda da kariyer hizmetleri önemli bir görev üstlenmiştir. Kariyer hizmetleri bu bağlamda, toplumsal ve ekonomik değişimler gözetilmek üzere altı farklı dönemde ele alınabilir. Bu dönemler (Pope, 2000);

- 1890-1919 yılları arasında yerleştirme hizmetleri dönemi,
- 1920-1939 yılları arasında ortaöğretim ve lise boyunca verilen eğitim rehberliği hizmetleri dönemi,
- 1940-1959 yılları arasında öğrenciyi yönlendirme çalışmalarının üniversite eğitim düzeyine kayması ve danışmanların eğitimi dönemi,
- 1960-1979 yılları arasında kariyer danışmanlığı hizmetlerinin yükselişi ve işin bir hayat gayesi olarak görülmesi dönemi,
- 1980-1989 yılları arasında sanayi çağından bilgi çağına geçiş ve kariyer danışmanlığı ile işten çıkarma danışmanlığının gelişimi dönemi,
- 1990'lı yıllardan itibaren ise danışmanlık alanında gelişen teknolojilerin kullanılması ve okuldan işe geçişe odaklanılan dönem olarak incelenebilir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde kariyer merkezlerinin ilk örnekleri sayılabilecek girişimler 20. yüzyıl başlarında görülmüştür. Frank Parsons tarafından yürütülen, gençlerin ve göçmenlerin iş arayışlarına destek veren çalışmalara ek olarak Parsons tarafından 1908 yılında Boston'da kurulan "Vocation Bureau at Civic Service House", Amerika Birleşik Devletleri'nde kariyer danışmanlığı hizmetinin kurumsal olarak verilmesinin ilk örneğidir. Kariyer danışmanlığının bu erken aşamalarında yaşanan önemli bir gelişme ise psikolojik testlerin etkisinin giderek artmasıdır. İlk aşamada kişinin kendisini değerlediği testler, kariyer danışmanlığının en önemli uygulamalarından olmuş ve Amerikan toplumu nezdinde bu hizmet hakkında bilimsel bir zemin hazırlanarak, kariyer danışmanlığı hizmetlerinin destek görmesinde ve yaygınlaşmasında etkili olmuştur (Super ve Crites, 1962). Dönemin mesleki eğitim ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde çeşitli yasal düzenlemeler yapılmış ve bu düzenlemeler sonucunda 1913 yılında Ulusal Mesleki Rehberlik Birliği (mevcut adı ile Ulusal Kariyer Gelişimi Birliği) kurulmuştur (Brewer ve diğerleri., 1942). Bu bağlamda, okullar öğrencilerin kariyer planlamalarına destek olma konusunda ilk defa 1900'lü yılların başlangıcında görevlendirilmiş ve tüm öğrencilerin iş dünyası için yetiştirilip geliştirilecek birer aday olarak görülmesi sağlanmıştır (Herr, Rayman ve Garis, 1993). Bu görev sonucunda "yerleştirme" kavramı ortaya çıkmış, yapılan çalışmalar öğrencilerin

"işe yerleştirilmesi" konusuna yoğunlaştırılmıştır. Bu yaklaşımın ilk uygulayıcısı ise 1919 yılında kurdukları "Placement Office" ile Yale Üniversitesi olmuştur. Temelinde Frank Parsons tarafından oluşturulan zayıf bir teorik altyapının bulunduğu bu yerleştirme merkezinin çalışanları, öğrencilere mesleki rehberlik yapan profesyonellerden oluşmuştur (Teal ve Herrick, 1962).

Ancak kariyer hizmetlerinin üniversiteler ve daha alt düzey eğitim veren kuruluşlarda yaygınlaşması uzun yıllar almıştır. 1930'lu yıllara gelindiğinde ortaöğretim ve lise öğrencilerine odaklanan bu hizmetlerin henüz ülke çapındaki okulların yarısında bulunduğu görülmüştür (Brewer ve diğerleri., 1942).

Pope tarafından yapılan araştırmada; Amerika Birleşik Devletleri'nde kariyer danışmanlık hizmetlerinin gelişiminde bir sonraki aşamanın yükseköğretim kurumlarında danışmanların eğitimi ve kariyer danışmanlığının önem kazanması olduğu belirtilmekte ve nedeni olarak da iki önemli olay gösterilmektedir; İkinci Dünya Savaşı sonuçları ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin uzay çalışmalarında gösterdiği başarı (Pope, 2000). Aynı çalışmada; bu gelişmelerin matematik ve bilim eğitimi alanında yaşanan sorunlar üzerinde yoğunlaşma sağladığı, sonuç olarak ise Danışma ve Rehberlik Eğitimi Enstitülerinin açılmasına öncülük ettiği ifade edilmiştir. Böylece danışmanların eğitimi ve geliştirilmesi konusunda patlama yaşanmış, yaklaşık 14.000 birey danışmanlık konusunda yetiştirilmiştir (Pope, 2000).

Özellikle, İkinci Dünya Savaşı sonrasında hızla büyüyen Amerika Birleşik Devletleri ekonomisinin yeni mezun yetenekli iş gücüne talebi hızla artırmış, temelinde *loco parentis* felsefesinin yattığı yerleştirme modeli 1960'ların başlarına kadar etkisini sürdürmüştür (Onne Kraning, 1999).

1960'lı yıllar ilerledikçe ekonomik büyümenin yavaşlaması sonucu iş gücü piyasasının yetenekli gençlere olan talebi azalmıştır. Bu değişimden üniversitelerin yerleştirme merkezleri de etkilenmiş ve eski "öğrenciye ebeveynlik etme" anlayışı yerini "öğrenciyi geliştirme ve kariyer planlama" anlayışına bırakmıştır (Bishops, 1966). Öğrenciyi geliştirme ve kariyer planlama anlayışı ise 1980'li yıllar boyunca hâkimiyetini korumuştur. Bu dönemde, temelde işe yerleştirme göreviyle kurulmuş olan kariyer merkezlerinin yerleştirme fonksiyonu odak noktası olmaktan çıkmış ve yerleştirme kariyer planlamanın bir sonucu olarak ele alınmaya başlanmıştır.

1990'lı yıllara gelindiğinde ise, kariyer planlama modeli yerini ağ oluşturma (networking) modeline bırakmaya başlamıştır. Yerleştirme ve kariyer planlama modelleri o yıllarda hala kullanılmaktaysa bile kariyer hizmetlerinde yaygın olarak kullanılan modelin ağ oluşturma modeli olduğu görülmektedir (Castella, 1990).

1.1.3. Kanada

Kanada'daki yükseköğretim kurumlarının kariyer ve istihdamla ilgili sağladığı hizmetlerin geçmişi İkinci Dünya Savaşı dönemine dayanmaktadır (Usher, Kwong ve Mentanko, 2014), (Cox ve Strange, 2010). Bu dönemde, savaştan dönen askerlerin sivil hayata geçişini kolaylaştırmak, yükseköğrenimine devam etmelerini veya iş hayatına kazandırılmalarını sağlamak amacıyla kariyer ve istihdam odaklı hizmetler başlatılmıştır. Ayrıca İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra başlayıp 1960lı yılların başına kadar süren yıllık doğum hızındaki büyük artış yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören genç sayısında ciddi bir artışa sebep olmuştur. Söz konusu gelişmeler yükseköğrenimden iş hayatına geçişte kariyer hizmetlerine olan ihtiyacı arttırmış ve bu yönde çalışmalara başlanmıştır. Ancak yükseköğretim kurumlarındaki kariyer danışmanlığı hizmetlerinin 1970'li yıllara kadar oldukça sınırlı kaldığı görülmektedir. Daha sonraki süreçte ise Kanada Federal Devleti kişilerin eğitim ve ilgi alanlarıyla uyumlu işlerde çalışmasını sağlayacak politikalar üretmeye başlamıştır (Bezanson, Hopkins ve Neault, 2016).

İlk etkilerini, 1980'lerde göstermeye başlayan bu devlet girişimi ile yükseköğretim kurumlarındaki kariyer hizmetlerinin bugünkü haline evrilme süreci, 2000'li yılların başından itibaren ise kariyer gelişimi alanında profesyonelleşme dönüşümünü başlatılmıştır. Bu doğrultuda kariyer merkezlerindeki personelin yetkinliğini arttırmak amacıyla adımlar atılmış, çalışanların yüksek lisans mezunu olmasına veya profesyonel bir sertifikaya sahip olmasına özen gösterilmiştir. (Cox ve Strange, 2010; Domene ve Isenor, 2017).

Bugün Kanada'da 300'den fazla yükseköğretim kurumunda, farklı isimler ve farklı örgütsel yapılanmalarla kariyer hizmetleri verilmektedir. Örneğin; kimi üniversitelerde bu merkezler bağımsız bir yapı, kimilerinde ise öğrenci işleri gibi daireler altında bir birim olarak konumlandırılmışlardır. Kariyer hizmetleri bazı üniversitelerde müfredatla bütünleşik şekilde bazılarında ise ayrı olarak sunulmaktadır (Browne ve Russell, 2014; Domene ve Isenor, 2017; Usher, Kwong ve Mentanko, 2014),

Söz konusu yapısal farklılıklar özellikle, misyon farklılıkları nedeni ile, üniversite ve yüksekokul uygulamalarında göze çarpmaktadır. Üniversitelerde kariyer hizmetleri ek bir hizmet olarak görülürken, mesleki gelişim odaklı yüksekokullarda akademik ve idari organların ortak sorumluluğu olarak kabul edilmektedir. Kariyer hizmetleri, üniversitelerde kariyer merkezlerinin çalışmaları sayesinde yürütülürken, yüksekokullarda tüm paydaşların ortak bir sorumluluğu olarak algılanmakta ve her birimin bu konuda inisiyatif aldığı görülmektedir. Ayrıca yüksekokullardaki akademisyenler, kariyer hizmetleriyle bütünleşik müfredatları sayesinde, kariyer gelişimi alanında daha aktif bir rol üstlenmektedir (Usher, Kwong ve Mentanko, 2014).

Genel olarak kariyer merkezlerinde; mezunlara, öğrencilere ve aday öğrencilere çok sayıda farklı hizmet sunulmakta, kariyer gelişiminin farklı boyutlarını kapsar şekilde; kariyer keşfi, kariyer

planlama, kariyer danışmanlığı, öz geçmiş hazırlama, mülakat becerileri, çevrim içi iş ilanları, kariyer fuarları, deneyimsel öğrenme programları ve iş dünyasında ilerleme gibi konularda faaliyetler yürütülmektedir (Browne ve Russell, 2014; Cox ve Strange, 2010; Shepard ve Mani, 2013; Usher, Kwong ve Mentanko, 2014). Ayrıca kimi yükseköğretim kurumlarında, yabancı, yarı zamanlı, engelli veya göçmen vb. öğrencilere, özel durumlarını da göz önünde bulundurarak danışmanlık hizmeti de verilebilmektedir (Arthur, 2014; Shepard ve Mani, 2013).

Kariyer hizmetlerinin sağlanmasında dikkat çeken unsurlardan biri ise farklı alanlarda öğrenim gören öğrencilerin ihtiyaçlarına cevap verebilen hizmetlerin sunulmaya çalışılmasıdır. Bu anlamda, üniversitelerin sunduğu kariyer hizmetlerinin öğrencilere ulaştırılmasında "merkezi hizmet modeli", "merkezi olamayan hizmet modeli" ve "hibrit hizmet modeli" olmak üzere 3 farklı modelin benimsendiği görülmektedir (Cox ve Strange, 2010):

Yapılan çalışmalar; üniversitelerin %68'inde merkezi hizmet modelinin benimsendiğini, kariyer merkezlerinin iç ve dış paydaşlarla iş birliğine önem verdiğini ve birçok paydaşla iş birliği içinde çalıştığını göstermektedir (Browne ve Russell, 2014).

Kariyer merkezlerindeki hizmetler, bireysel akademik ve mesleki anlamda gelişim sağlamayı hedeflediği için farklı disiplinlerden profesyonellerin iş birliği içinde çalışmasını gerektirmektedir (Hudson ve Klein-Collins, 2018).

1.1.4. Almanya

Almanya, kariyer ve meslek danışmanlığı konusunda vatandaşlarına hayatları boyunca destek olma anlayışını benimsemiştir. Bu doğrultuda; kariyer hizmetleri sorumluluğu; federal hükümet, yerel hükümetler, belediyeler, Federal İstihdam Kurumu, ticaret ve meslek odaları, yükseköğretim kurumları ve okullar arasında paylaşılmaktadır. İstihdam Kurumlarının gençlere ve yetişkinlere kariyer hizmeti sunması yasal bir zorunluluktur ve farklı seviyedeki okullarda verilen kariyer hizmetleri İstihdam Kurumu uzmanlarınca desteklenmekte ve kariyer eğitimleri müfredatın ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir (Jenschke, Schober ve Langner, 2014).

Ancak bu hizmetler yükseköğretim seviyesinde incelendiğinde; Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletlerinde başlangıcı 1900'lü yıllara dayanan kariyer merkezi hizmetlerinin Almanya üniversitelerinde uzun yıllar bulunmadığı görülmektedir. Yükseköğretim kurumlarındaki kariyer hizmetleri 1990'lı yıllarda gelişmeye başlamış ve ilk örnekleri uygulamalı bilimler üniversitelerinde görülmüştür (Brandl, Polenova ve Savoca, 2011).

Bu hizmetlerin özellikle 1990'lı yıllarda ivme kazanması Almanya'nın yükseköğretim konusunda benimsediği stratejiler ile ilişkilendirilebilir. Bu aşamada Almanya'da hayat boyu kariyer desteği anlayışının benimsendiği ve üniversite aşamasına gelene kadar eğitimin her bir kademesinde

kariyer gelişimine yönelik destek verildiği pek çok ülke örneğinde üniversitelerde verilen kariyer rehberliği hizmetlerinin ortaöğretim seviyesinde sunulduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Almanya'da kariyer eğitimi ve mesleki eğitim tüm ortaöğretim kurumlarında müfredatın ayrılmaz bir parçasıdır ve kariyer yönetim becerilerini, bilgiyi arama ve kullanma ve karar verme becerilerini geliştirerek tüm öğrencileri iş hayatına hazırlamayı amaçlar. Söz konusu müfredat ayrıca staj imkânlarını, işverenlerin ve her bir Yerel İş Bulma Bürolarında bulunması zorunlu olan Kariyer Bilgi Merkezi ziyaretlerini de içerir. Alt-Orta eğitimde (lower secondary) verilen kariyer rehberliği hizmetleri eğitimden iş hayatına geçişe odaklanılırken, üst-orta eğitimde (upper-secondary)[1] akademik hayata uyum sağlamaya ve yükseköğretime geçişe odaklanılır (Jenschke, Schober ve Langner, 2014).

Ancak, "2010 yılına kadar Avrupa Yükseköğretim Alanı yaratmayı hedefleyen" (YÖK, t.y.) Bologna Süreci ile Alman yükseköğretim kurumlarının stratejik olarak pazarlaması yapılmaya başlanmış buna Anglosakson ülkelere olan beyin göçünün engellenmesi hedefleri de eşlik etmiştir (Trines, 2019). Dolayısıyla marka değerini yükselterek genç yetenekleri çekmek isteyen ve Almanya dışından gelen öğrencilere de hizmet veren yükseköğretim kurumlarının kariyer merkezlerini hızla kurmalarında bu gelişmelerin etkili olduğu söylenebilir.

Günümüzde ise Almanya'daki tüm yükseköğretim kurumunda öğrencileri, üniversiteden iş hayatına geçiş eğitimleri, kariyer fuarları ve iş gücü piyasası ile ilişkili etkinlikler vb. ile destekleyen Kariyer Hizmetleri/Merkezleri bulunmaktadır. Bu merkezler, yerel iş bulma bürolarındaki uzmanlar, işveren birlikleri, ticaret odaları, yerel ya da küresel şirketler ile iş birliği içinde çalışmakta, dahası, mezunların iş gücü piyasasının taleplerini daha çok karşılayabilir hale gelmesi için temel yetenekleri geliştirmeye yönelik programların ve lisans programlarının geliştirilmesi konularına da dâhil olmaktadırlar (Jenschke, Schober ve Langner, 2014).

Tomei, Carp ve Kröner çalışmalarında, Alman Rektörler Birliği kaynaklarına atıfta bulunularak üniversitelerdeki kariyer hizmetlerinde "öğrencilere rehberlik ve danışmanlık hizmeti verilmesi", "akademinin iş gücü piyasası ile bağlantısının sağlanması" ve "iletişim ağı yönetimi" olmak üzere üç sorumluluğa dikkat çekilmektedir. Bu sorumlulukların yerine getirilirken öğrencilerin bireysel rehberlik, danışmanlık, koçluk, iş birliği projeleri, mezunlar ile mentorluk uygulaması, atölye çalışmaları vb. hizmetler ile desteklendiği belirtilmektedir (Tomei, Carp ve Kröner, 2015).

International University of Applied Sciences Bad Honnef - Bonn (IUBH)'nin iyi uygulama örneği olarak değerlendirilebilecek çalışmasında lisans öğrencilerine en az 22 haftalık staj zorunluluğu getirilmektedir. Bu doğrultuda; üniversitenin ülkenin en iyi firmaları ile iş birliği içinde olduğu

[1] Almanya'nın orta öğretimi alt ve üst olmak üzere iki kısma ayrılmıştır. Alt-orta eğitim, bireylere temel genel eğitimi öğretmek ve onları üst düzey ortaöğretime girmeye hazır hale getirmeyi amaçlar: https://en.wikipedia.org/wiki/Education_in_Germany#:~:text=Germany's%20secondary%20education%20is%20separated,vast%20variety%20of%20vocational%20programs

ve staj öncesinde öğrencileri bilinçlendirmek için toplantılar yapıldığı, danışmanlık, mülakat deneyimi vb. birçok hizmet sağlandığı, kariyer günleri, iş / staj imkânı sağlayan etkinlikler düzenlendiği ve yabancı öğrencilere dil desteği sağladığı görülmüştür (Gillani ve Keller, 2018).

Öğrencilerine mezun olmadan tecrübe ve belirli yetkinlikler kazandırmak için diğer üniversiteler de benzer hizmetler vermektedir. Bu bağlamda öğrencilere; zorunlu / gönüllü staj, yarı zamanlı istihdam imkânları ve çeşitli ders dışı aktiviteler sunulmakta, kimi üniversitelerde ise uluslararası öğrenciler için özel hazırlanmış kariyer hizmetleri de bulunmaktadır[2] [3] [4].

Almanya'da son dönemdeki kariyer hizmetleri internet tabanlı uygulamalar ile güçlendirilmektedir. Özellikle Federal İstihdam Kurumu tarafından sunulmakta olan Kariyer Gelişimi Kılavuzu (Berufsentwicklungsnavigator) isimli web sayfası birçok kariyer hizmetini bir arada sunmaktadır. Öğrencilere yönelik kariyer hizmetlerinin elektronik ortamda verilmesi konusunda da Alman Rektörler Birliği ve Federal İstihdam Kurumunun iş birliği ile geliştirdiği çalışmalar bulunmaktadır (Jenschke, Schober ve Langner, 2014). Ayrıca, pek çok başarılı üniversitenin; firma sunumları, atölye ve örnek olay çalışmaları, birebir mülakatlar vb. kariyer etkinlik ve hizmetlerini çevrim içi ortamda yürüttüğü görülmektedir[5] [6] [7].

1.1.5. Fransa

Fransa'da 1970 itibari ile yükseköğretime olan talep çok hızlı şekilde artmış; 1990'larda yükseköğretim mezun sayısı 1970'lerdekinin 5 katına ulaşmıştır. Söz konusu artış, iş piyasasındaki rekabeti arttırdığı için üniversiteleri de öğrenci ve mezunlarının iş dünyasına geçişini kolaylaştıracak çalışmalar yapmaya yönlendirmiştir. Bu doğrultuda, 1990'ların sonuna kadar Fransa'daki üniversitelerin yarısından fazlasında da söz konusu çalışmaları yapmak üzere birimler kurulmuş, mezunlarının istihdam durumunu araştıran anketler düzenlenmeye, danışmanlık ve iş bulmaya yönelik hizmetler sağlanmaya başlanmıştır (Paul ve Murdoch, 2000).

2000'lerin başında ise üniversitelerde verilen kariyer hizmetlerinin önemine ilişkin farkındalık ülke genelinde artmış ve söz konusu hizmetlerin üniversitelerde verilmesi kanunlar ile garanti altına alınmıştır. Bu doğrultuda (EURYDICE, 2018);

- 2007 yılındaki kanunla yükseköğretim kurumları, öğrencilerine üniversitenin ilk yılından iş piyasasına girene kadar kariyer desteği sağlamakla sorumlu kılınmıştır. Bu kanuna istinaden üniversitelerde "Profesyonel Hayata Geçişte Destek Ofisi" kurulmuş,

[2] https://capd.mit.edu/career-advising-professional-development
[3] https://info.lse.ac.uk/current-students/careers
[4] https://career.berkeley.edu/IntnlStudents/IntnlStudents
[5] https://www.iubh-international.com/meet-us/
[6] https://www.uni-weimar.de/en/university/studies/career-service/
[7] https://portal.mytum.de/termine/index_html

bu ofisler öğrencilere öz geçmiş ve ön yazı, mülakata hazırlık gibi konularda yardımcı olmaktan ve işverenlerle işbirlikleri kurmaktan sorumlu tutulmuştur.

- 2013 yılında çıkarılan kanunla yükseköğrenim süreci boyunca edinilecek iş tecrübelerinin önemi vurgulanarak lisans ve yüksek lisans programlarında öğrenim gören öğrencilere staj yapma zorunluluğu getirilmiştir.
- 8 Mart 2018 tarihli yasa ile yükseköğretim kurumlarındaki tüm öğrencilerin başarılarını yükseltmek için eğitim destek programlarının ve kişiselleştirilmiş derslerin oluşturulması gerekli kılınmıştır. Kişiselleştirilmiş hizmetlerin öğrenciler ile öğretim kurumları arasında bir "eğitim başarı anlaşması" mahiyetinde olduğu ifade edilmiş ve her kuruma, disiplin alanına göre rolü, söz konusu sözleşmeyi, tüm akademik kadro ile iş birliği içinde izlemek, her bir öğrenciye kariyer gelişiminde eşlik etmek olan bir "öğretim direktörü" atanması kararlaştırılmıştır.

Üniversitelerde kariyer hizmetlerinin verilmesini garanti altına alan söz konusu yasa ile her üniversitede bir mesleki yerleştirme gözlemevi oluşturulmuş ve bu gözlemevleri aşağıdaki konularda yetkili kılınmıştır (EURYDICE, 2018):

- Üniversite tarafından verilen dersler ve şirketlerin ihtiyaçları ile bağlantılı olarak öğrencilere çeşitli staj ve istihdam fırsatları sunmak,
- Öğrencilere staj ve ilk iş arayışlarında yardımcı olmak ve onları iş gücü piyasasındaki gelişmeler hakkında bilgilendirmek,
- Öğrencilere istihdam ve profesyonel hayata entegrasyonla ilgili danışmanlık yapmak
- İsteyen öğrencileri, iş görüşmelerinden önce mülakata hazırlamak,
- Öğrencilere üniversitede öğretilen temel eğitim alanlarıyla ilgili mesleki deneyim sunması muhtemel şirketleri, dernekleri ve kamu kurumlarını belirleyip onlarla staj anlaşmaları yapmak,
- Öğrencileri kamu hizmetindeki mevcut işler hakkında bilgilendirmek ve kamu hizmetine erişim yollarını belirleyip bunlara hazırlanmalarına yardımcı olmak.

Fransa'da yükseköğretim kurumlarındaki kariyer danışmanlığı hizmetlerinin çerçevesi ilgili kanunlar ve Fransa Devleti tarafından belirlenen ulusal danışmanlık politikaları doğrultusunda çizilmekte ise de (EUROGUIDENCE, 2020) yükseköğretim kurumlarının özerkliği kapsamında, üniversite kararıyla öğrencilere kariyer hizmeti verme amacını taşıyan birimlerin kurulduğu da görülmektedir (EUROGUDIENCE, t.y.). Bu doğrultuda kurulan, "Ortak Üniversite Bilgi ve Yönlendirme Hizmeti (SCUIOIP)" birimleri fuarlar, atölyeler, seminerler, istihdam odaklı hizmetler, sanal ve fiziksel kaynaklar gibi hizmetleri vermektedir ("SCUIOIP," 2020; EURYDICE, 2018).

Fransız üniversitelerinin öğrencilerinin karşılaştığı akademik ve sosyal sorunların çözümünde onlara destek olmak için kariyer hizmetleri sunduğu, bu hizmetlerin ise kariyer gelişimini desteklemenin yanı sıra öğrencilerin üniversite ve bölümlerine duydukları aidiyeti ve bağlılığı da desteklediği görülmüştür (Vossensteyn ve diğerleri., 2015).

Verilen genel kariyer hizmetleri yanı sıra Fransa'daki bazı üniversitelerin eğitim ve kariyer anlamında dezavantajlı sayılabilecek gruplara özel hizmetler sunmakta (Crosier ve diğerleri., 2015) ve lisedeki aday öğrencilere bölümler hakkında bilgi ve danışmanlık hizmeti vermektedir (Vossensteyn ve diğerleri., 2015). Ancak Doğu Paris Üniversitesi'ndeki öğrencilerle yapılan bir çalışmada, öğrencilerin üniversiteye başlamadan önce ve üniversitedeki ilk yıllarında yeterli kariyer hizmeti almadığı ve bunun Fransız öğrencilerin geneli için geçerli bir durum olduğu belirtilmektedir. (Crosier ve diğerleri., 2015).

1.1.6. Avustralya

Avustralya'da yükseköğretim kurumlarındaki kariyer hizmetlerinin geçmişi yaklaşık 100 yıl öncesine dayanmaktadır (Mckenzie ve Howell, 2005). Bu anlamda ilk kurumsal çalışmalar, İngiltere'deki çalışmaların etkisi ile 1920'li yıllarda, öğrencilerin kariyer gelişimlerini desteklemek amacıyla Sidney, Melbourne, Adelaide ve Queensland üniversiteleri tarafından kurulan "Kariyer ve Randevu Heyetleri" ile başlamıştır. Söz konusu merkezlerde, bugünkü anlamda profesyonel çalışanlar tarafından olmasa da, birebir randevu usulüyle danışmanlık ve istihdam odaklı hizmetler verilmiştir. 1940'lara gelindiğinde ise üniversitelerdeki kariyer hizmetleri savaş döneminin gerekliliklerine göre şekillenmiş ve özellikle savaştan dönen mezunlara iş bulmaya odaklanmıştır (Koder, 1991; Mckenzie ve Howell, 2005).

Verilen hizmetler, 1960'lara kadar birkaç üniversite ile sınırlı kalmıştır (Koder, 1991). Ancak 1960'lı yılların başı itibariyle üniversitelerin sayısının ve çeşitliliğinin artması, sosyal ve ekonomik ihtiyaçların değişmesi ve demografik değişimler doğrultusunda bu hizmetlerin sayısının ve çeşitliliğinin arttığı, istihdam odaklı hizmet anlayışından kariyer planlama anlayışına doğru bir geçiş yaşandığı bilinmektedir (Niles ve Harris-Bowlsbey, 2002).

Mckenzie ve Howell tarafından yapılan çalışmada üniversitelerde verilen kariyer hizmetlerinin yıllara göre gelişimi aşağıdaki şekilde gruplandırılmıştır (Mckenzie ve Howell, 2005):

- 1960'larda yaşanan değişimin etkisiyle yükseköğretim kurumlarındaki kariyer hizmetleriyle ilgili ulusal birlikler kurulmaya başlanmış, kariyer hizmeti veren personel için de "The National Association of Graduate Careers Advisory Service" kurulmuştur.
- 1970'lerden itibaren; özellikle istihdam imkânları, iş gücü piyasası ve ekonomide meydana gelen değişimler ve mezun sayısının artması kariyer hizmetlerinin gelişiminde önemli rol oynamış, kariyer rehberliği konusunda farkındalık artmıştır.

- 1990'lar ve 2000'lerde ise teknolojik araçlar kariyer hizmetlerinde daha fazla kullanılmaya başlanmış ve 2000'li yılların başında, daha sonra Avustralya'da kariyer hizmetleri alanında önemli bir rol oynayacak, "Careers Industry Council of Australia" faaliyete geçmiştir. Ayrıca, profesyonel meslek birlikleri üniversitelerde kariyer hizmeti veren çalışanlar için belirli standartların oluşturulması amacıyla çalışmalar başlatmıştır.

Avustralya'da yükseköğretim kurumlarının çoğunda -değişen isim, kapasite, bütçe ve özerklik seviyelerinde- kariyer hizmetleri sunan birimler bulunmaktadır (Smith ve diğerleri., 2009). Bu birimlerin hizmet verme şekilleri ve hizmet içerikleri ise ayrılan kaynak, öğrenci sayısı, organizasyon yapısı gibi faktörlere bağlı olarak farklılaşabilmektedir (Judd ve diğerleri., 2015; OECD, 2002a).

Üniversiteler kariyer merkezlerini konumlandırırken farklı hizmet modelleri de tercih edebilmektedir. Büyük oranda kariyer hizmetlerinin tek bir merkezden sunulduğu "merkezi hizmet" modelinin benimsenmesine rağmen, bazı üniversitelerin merkezi olmayan (fakülte temelli) modeli tercih ettiği de görülmektedir (Judd ve diğerleri., 2015; Mckenzie ve Howell, 2005). Benzer şekilde, kariyer merkezleri üniversitelerin örgütsel yapıları içinde farklı konumlandırılabilmekte, kurumsal yönetim şemasında bağlı oldukları birimler değişkenlik gösterebilmektedir (Koder, 1991).

Avustralya üniversitelerindeki kariyer hizmetlerinin gelişiminde, teknolojinin hizmetler üzerindeki etkisi de dikkat çekicidir. Başta bilgi teknolojilerindeki ve internetteki gelişmeler olmak üzere teknolojik gelişmelerin bu hizmetleri daha verimli, erişilebilir ve etkili kılacağı; teknolojiye dayalı araçların artan öğrenci ve kampüs sayısına bağlı olarak hızla artan talebi karşılamada önemli rol oynayacağı ve öğrencilerle iletişimi kolaylaştıracağı ifade edilmektedir. Bu doğrultuda, kariyer hizmetleri ile ilgili ulusal meslek kuruluşlarının teknoloji kullanımını teşvik etmek üzere ödüller verdiği görülmektedir (Mckenzie ve Howell, 2005; OECD, 2002a).

Yükseköğretim kurumlarında verilen kariyer hizmetleri genel anlamda incelendiğinde; kariyer eğitimi, kariyer danışmanlığı, öğrencileri kariyer hakkında bilgilendirmeye yönelik etkinlikler / kaynaklar ve istihdama yönelik etkinlikler göze çarpmaktadır. (Rainey ve diğerleri., 2008).

Ayrıca; üniversitelerin kariyer gelişimi anlamında dezavantajlı sayılabilecek gruplara yönelik beceri geliştirme kursları, kariyer haftaları ve bilgilendirme seminerleri gibi, bazı özel hizmetler sunduğu da görülmektedir (Australia, 2019; *Career Ready Graduates* 2019; McIlveen ve diğerleri., 2008). Ancak 2014 yılında hazırlanan raporda; uluslararası öğrencilerin danışmanlık ve istihdam odaklı hizmetler başta olmak üzere çeşitli kariyer hizmetlerini beklemelerine rağmen çok azının söz konusu hizmetler hakkında yeterli bilgiye sahip olduğu (%30) ve bu hizmetlerden faydalandığı (%18) ifade edilmektedir (Lawson, 2014). Farklı çalışmalarda da düşük sosyo-ekonomik seviyedeki öğrenciler ve yabancı öğrenciler gibi dezavantajlı grupların kariyer

hizmetleri hakkında düşük farkındalığa sahip olduğu ve bu dolayısıyla bu hizmetlerden daha az yararlandığı vurgulanmaktadır (Harvey ve diğerleri., 2017).

1.1.7. Güney Kore

Güney Kore'de kariyer danışmanlığı kavramının geçmişi 1950'li yıllara uzansa da hizmetlerin üniversitelerde verilmesi 1960'larda başlamış, kariyer merkezlerinin ilk örneğini Seul Ulusal Üniversitesinin 1962 yılında kurduğu "Student Guidance Institute" birimi oluşturmuştur (CCLC, t.y.). Ancak 1980'lere kadar kariyer merkezleri birkaç üniversitenin münferit uygulaması olarak kalıp geniş kitlelere ulaşamamıştır (J.-K. Lee ve Goh, 2003).

OECD'nin 2002 tarihli raporunda ise Güney Kore'de; yükseköğretim kurumlarının %92'sinde 'İş Bilgi Merkezleri'nin bulunduğu, bu merkezlerin yeterince aktif olmadığı yerlerde ise 'Mezun Hazırlama Komitelerinin' mezun olacak öğrencilere iş bulmaya yönelik kariyer etkinlikleri (fuarlar, işveren toplantıları vb.) düzenlediği belirtilmektedir (OECD, 2002b). Aynı yıllarda yapılan çalışmalar, bu hizmetlere ek olarak öğrencilere işe yerleştirme, işveren etkinlikleri ve bazı çevrim içi uygulamalar gibi hizmetlerin de sunulduğunu göstermektedir (J.-Y. Lee, 2001).

Lee ve Ahn'ın çalışmasında, Güney Kore yükseköğretim kurumlarındaki kariyer merkezlerinin 1980 sonrası gelişimi ana hatlarıyla 4 farklı dönemde incelenmiştir (Yang, Lee ve Ahn, 2012):

- **1980-1990 süreci:** Yükseköğretime öğrencilerin talebinin artması ve sonrasında öğrencilerin istihdam piyasasına girişte karşılaştığı sorunlar, yükseköğretim kurumlarının kariyer merkezleri açması için ihtiyaç yaratmıştır. Bu dönemde öğrenci işleri daireleri altında kariyer gelişim hizmetleri ile ilgili birimler hizmet vermeye başlamış ancak sadece iş ilanlarını öğrencilere ulaştırmaya odaklanan oldukça sınırlı hizmetler sunulmuştur. Kariyer hizmetlerini sağlayan personelin niceliği ve niteliği konusundaki eksikler ise bu dönemde öne çıkan sorunlar arasındadır.
- **1990-1997 süreci:** Üniversitelerde kariyer hizmetlerine duyulan ihtiyaç belirginleşmiş ve dolayısıyla kariyer merkezi hizmetlerini sunmakla görevli deneyimli personel grubu yetişmeye başlamıştır. Bu gelişmelere rağmen ikinci dönemdeki hizmetler birinci dönemde olduğu gibi öğrencilerin işe yerleşmelerine odaklanmıştır. Öğrencilere işverenleri tanıtma, iş başvuru süreçlerinde yardımcı olma ve öneriler sunma gibi hizmetler verilmiştir.
- **1997-2004 süreci:** Güney Kore'deki ekonomik kriz sonucunda işsizliğin ciddi oranda artması, üniversitelerdeki kariyer merkezlerinin yapısında önemli değişikliklerin meydana gelmesine sebep olmuştur. Bu dönemde üniversiteler öğrencilerini işsizlikten korumak ve daha fazla istihdam fırsatı sunmak adına kariyer merkezlerindeki personel sayısını arttırmış, kariyer merkezlerinin organizasyon

yapısını biçimlendirmiş ve bu personele bağımsız fiziksel çalışma alanları tahsis etmiştir. Ayrıca, kariyer hizmetlerinin çeşitliliği arttırılmıştır.

- **2004 sonrası süreç:** Güney Kore Hükümetinin üniversite mezunlarının işsizliğiyle mücadele kapsamında geliştirdiği politikalar üniversitelerdeki kariyer hizmetleri üzerinde önemli etki yaratmıştır. Bu kapsamda, Eğitim, Bilim ve Teknoloji Bakanlığı öncülüğünde daha kaliteli ve kapsayıcı kariyer hizmetlerinin sunulması için tüm üniversitelerde resmi kariyer merkezleri kurdurulmuş ve bu merkezlere bakanlık tarafından mali destek sağlanmıştır. Bu değişimlerle kariyer merkezleri bağımsız bütçelere sahip olmuş ve personel sayısını arttırmıştır.

Bu gelişmeler sonucunda; kariyer merkezleri kariyer danışmanlığı ve kariyer keşfi konularında yeni hizmetler sunmaya başlayarak hizmet çeşitliliğini arttırmış olsa da hala işe yerleştirme odaklı hizmetlerin ağırlıklı olduğu görülmektedir (Han ve Heo, 2008). Bu duruma sebep olarak ise ilgili Bakanlıkların üniversitelerin mezun istihdam oranlarını açıklayarak üniversiteler üstünde baskı yaratması ve öğrencilerin doğrudan istihdamla ilgili hizmetleri daha fazla talep etmesi gösterilmektedir (Yang, Lee ve Ahn, 2012).

Üniversite kariyer merkezlerine yönelik genel eleştiriler arasında; kariyer merkezi sayısındaki artışa cevap verebilecek yeter sayıda uzmanlaşmış personelin bulunmaması, farklı alanlarda öğrenim gören öğrencilerin kariyer ihtiyaçlarına özel hizmetler sunulamaması ve gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında web tabanlı hizmetlerden yeterince yararlanılmaması da yer almaktadır (Yang, Lee ve Ahn, 2012).

Güney Kore'de alandaki büyük gelişimlerden biri 2015 yılında çıkarılan Kariyer Eğitimi Kanunudur (Career Education Act). Ancak bu, kanunda yükseköğretim kurumlarıyla ilgili yer alan hükümler sadece "bu kurumların öğrencilerine kariyer eğitimi sağlayabileceği" ve "Eğitim Bakanlığının bu konuda kurumlara gerekli desteği verebileceği hükümleri" ile sınırlı kalmıştır (KLRI-KLT, 2015). Bakanlığın 2016'da hazırladığı 5 yıllık eğitim planında ise kariyer gelişimi ve eğitiminin, eğitim sisteminin farklı seviyelerinde planlamasının yapıldığı görülmektedir. Bu plana göre ilkokul seviyesinde kariyer farkındalığı (career recognition), ortaokulda kariyer keşfi (career exploration), lisede kariyer planlama (career planning) ve üniversitede kariyer kararı (career choice) süreçlerine odaklanan bir plan hazırlanmıştır (Yoon ve Pyun, 2018).

Yoon ve Pyun tarafından yapılan çalışmada ilgili Bakanlıkların verilerine göre, 2016 itibariyle; Güney Kore'deki 189 üniversitenin (yüksekokullar hariç) 140'ında kariyer / istihdam merkezlerinin olduğu belirtilmiştir. Bu merkezlerin 65'i İstihdam ve Çalışma Bakanlığı (Ministry of Employment and Labor) tarafından mali olarak desteklenip yönlendirilmektedir. Geri kalan merkezler ise bağlı bulundukları üniversiteler tarafından tam bağımsız olarak yönetilmektedir.

1.1.8. Japonya

Japonya'da sunulan kariyer hizmetlerini üç dönemde incelemek mümkündür ve bu dönemler Japon eğitim sisteminde gerçekleşen köklü değişimler ile paralellik gösterir (Mimura, 2016);

- Mesleki Eğitim Dönemi (1915)
- Kariyer Rehberliği Dönemi (1957)
- Kariyer Eğitimi Dönemi (1999)

Mesleki eğitimlere ilişkin hizmetler birçok ülkede olduğu gibi Japonya'da da 20. yüzyılın erken döneminde sunulmaya başlamış olmasına rağmen lise ve üniversite öğrencilerine yönelik kariyer hizmetleri çok daha önce, 1950'lerde verilmeye başlamış ve ilk yükseköğretim danışmanlık merkezi 1953 yılında Tokyo Üniversitesinde açılmıştır (Watanabe-Muraoka, 1996).

1970 ve 1980'li yıllarda İkinci Dünya Savaşı sonrası yaşanan ekonomik sorunları aşan ve ekonomik anlamda güçlenen Japonya'da lise ve üniversite eğitimine başlayan öğrenci sayıları ekonomik büyüme ile birlikte artış göstermiştir (Mimura, 2016). Bu artış ile birlikte üniversiteler, mezunların istihdam edilebilirliğinin artırılması gerektiği gerçeği ile karşı karşıya kalmıştır.

Japonya Öğrenci Danışmanlığı Birliği (The Japanese Association of Student Counselling) tarafından 1983 yılında yapılan ankete katılım gösteren 585 yükseköğretim kurumunun yaklaşık %35'inde öğrencilerine danışmanlık hizmeti sunan birimler bulunduğu tespit edilmiştir (Watanabe-Muraoka, 1996). 2006 yılında yapılan başka bir araştırmada üniversitelerin yaklaşık %92'sinde rehberlik, seminer, atölye vb. programlar ile öğrencilerin işe yerleştirilmesine destek olunduğu, %78'den fazlasında ise staj programlarının kullanıldığı ancak sistematik ve kapsamlı kariyer gelişimi hizmeti sunan üniversitelerin yaklaşık oranının %41 olduğu belirtilmiştir (Ishikawa, Mizuno ve Amundson, 2009).

Ancak; Japonya'da kariyer hizmetleri konusunda yaşanan birçok gelişmenin Amerika Birleşik Devletleri etkisi altında gerçekleştiğine dair ortak görüş bulunmaktadır (Kaneko, 2014; Watanabe-Muraoka, 1996; Watanabe-Muraoka, Senzaki ve Herr, 2001). Senzaki'nin çalışmasında da 1961-1991 arasında listelenen 14 gelişmenin çoğunun Amerika Birleşik Devletleri ile bağıntılı olduğu ifade edilmiştir (Senzaki, 1993).

Merkezi Eğitim Kurulu tarafından 2011'de, hükümetçe desteklenen kariyer eğitimlerine ilişkin yayınlanan "Okullarda Kariyer Eğitimi ve Mesleki Eğitim Hakkında Gelecek Vizyonu" raporu ile üniversitelerde kariyer eğitimi programları açılması teşvik edilmiştir (Kaneko, 2014).

Günümüzde, Japonya'da kariyer hizmetleri Eğitim, Kültür, Spor, Bilim ve Teknoloji Bakanlığı ve Sağlık, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından iş birliği içerisinde yürütülmektedir (Mizuno, Ozawa ve Matsumoto, 2017). Japonya Eğitim Bakanlığı tarafından, kariyer eğitim sürecinin bir parçası olarak, "bireysel farkındalık", "kariyer bilgisi", "keşif deneyimi",

"danışmanlık", "işe veya yükseköğretime geçişe hazırlık" ve "mezun takibi" olmak üzere altı farklı aktivite ile tanımlanmıştır (Mimura, 2016).

Kariyer hizmetleri kapsamındaki istihdam hizmetleri birçok ülkeye benzer şekilde Japonya'da da öncelikle 3. sınıf ve üzeri öğrenciler için başlatılmıştır ancak günümüzde bu hizmetler kariyer merkezleri aracılığı ile 1. sınıftan itibaren sağlanmaktadır (Kawasaki, 2006). Merkezlerde verilen hizmetler; mezunlarla ilişkiler, iletişim yönetimi, staj programları, iş / staj ilanları, işveren işbirlikleri vb. olarak sıralanabilir (Saito ve Pham, 2020).

Kansai Üniversitesi örnek alınarak yürütülen çalışmada; dört oturumdan oluşan kariyer planlama seminerleri, kariyer gelişimi konusunda farkındalığı arttırmak üzere verilen üç ders, staj programlarının etkin şekilde yürütülmesi, staj öncesi ve sonrası destek programları, kariyer fuarları, kariyer danışmanlığı ve kariyer gelişimi kitapçıkları gibi faaliyetlerin öğrencilere sunulan hizmetler arasında yer aldığı tespit edilmiştir. 5 adımdan oluşan üniversite kariyer hizmetleri süreci ise Tablo 1'deki şekilde özetlenmiştir (Kawasaki, 2006).

ADIM I (1. Yıl Bahar Dönemi) Fırsat Farkındalığının Artırılması	**ADIM II** (1. Yıl Güz Dönemi – 2. Yıl) Kariyer Eğitimi	**ADIM III** (3. Yıl Bahar ve Yaz Dönemi) Staj Öncesi Oryantasyon & Yaz Stajı	**ADIM IV** (3. Yıl Güz Dönemi) Staj Sonrası Programı	**ADIM V** (3. ve 4. Yıl) İş Arama Sürecine Davet
Staj Öncesi Eğitim		Ana Program	Staj Sonrası Eğitim	
Kariyer Danışmanlığı				

Tablo 1: Kariyer Desteğinin 5 Aşamalı Yöntemi (Kawasaki, 2006)

1.1.9. Çin

Çin'de yükseköğretim kurumlarındaki kariyer hizmetlerinin geçmişi 1900'lü yılların başlarına dayandırılmaktadır. İlk hizmetlerin 1916 yılında Tsinghua Üniversitesi'nde kariyer gelişim derslerinin verilmesiyle başladığı, 1923 yılında ise aynı üniversitede bu alanda çalışmalar yapmak üzere "Mesleki Danışmanlık Komitesinin" kurulduğu bilinmektedir (Jin, 2017).

Yükseköğretim kurumlarındaki ilk kariyer merkezi ise, 1986 yılında Shenzhen Üniversite'sinde kurulmuştur. Ancak bu hizmetlerin gelişmesini teşvik edecek toplumsal bir ihtiyaç olmadığından uygulamalar birkaç üniversite ile sınırlı kalmış, söz konusu merkezlerin yaygınlaşması ancak 1990'ların sonunda başlamıştır (Vincy Jing Sun ve Yuen, 2012; Vincy J Sun, Yuen ve Hao, 2012).

Çin'de kariyer danışmanlığı hizmetlerinin gelişmesinde siyasi, ekonomik ve sosyal değişimlerin kritik bir rol oynadığı görülmektedir. 1980'li yıllara kadar yükseköğretim kurumlarından mezun olan kişi sayısının yüksek olmaması, mezun olan öğrencilerin kariyer planlamalarının, Marksist planlı ekonomik sistem içinde, katı bir şekilde devlet tarafından yapılması ve bu kişilerin yüksek

rekabet olmaksızın devlet desteğiyle iş bulabilmesi kariyer danışmanlığı hizmetlerinin gelişmesi için bir ihtiyacın doğmasını engellemiştir. 1990'lı yıllardan itibaren yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören öğrenci sayısının hızla artması ve piyasa ekonomisi temelli yaklaşımların benimsenmesiyle bireylerin kariyer planlama sorumluluğu devletten bireylere doğru kaymış, mezun olan öğrenciler iş bulmakta güçlük yaşamış ve iş bulabilmek için ciddi bir rekabete girmek zorunda kalmışlardır. Ayrıca ülke ekonomisinin büyümesiyle insan kaynağını doğru yönlendirmenin önemi, dolayısıyla da kariyer danışmanlığı hizmetlerine duyulan ihtiyaç artmıştır (Jin, 2017; Leung, 2002; Vincy Jing Sun ve Yuen, 2012; Zhang, Hu ve Pope, 2002).

Bu ihtiyaca binaen Çin Eğitim Bakanlığının yükseköğretim kurumlarını, müfredatlarına zorunlu kariyer dersi eklemeleri ve öğrencilerine kariyer danışmanlığı hizmetini verecek sistemi inşa etmeleri yönünde teşvik etmiş (Jin, 2017) ve bu sayede daha fazla üniversitenin öğrencilerine temel kariyer danışmanlığı hizmeti vermeye başlanmıştır (Hao, Sun ve Yuen, 2015).

Çin yükseköğretim kurumlarında bu şekilde başlayan kariyer hizmetlerinin gelişimi ana hatlarıyla "kariyer planlama" ve "istihdam danışmanlığı" olarak iki başlık altında değerlendirilebilir. Yükseköğretim kurumlarında verilen kariyer hizmetlerinde; 1998-2001 arasındaki dönemde istihdam danışmanlığı ön planda iken 2002 ve sonrasında kariyer planlama kavramının öne çıktığı görülmektedir (Hao, Sun ve Yuen, 2015).

İstihdam danışmanlığı ile kariyer planlama hizmetleri arasındaki temel fark, istihdam danışmanlığı hizmetlerinin mezun olacak öğrencilerin iş bulmalarını kolaylaştırmaya, kariyer planlama hizmetlerinin ise öğrencilerin hayat boyu kariyer gelişimini desteklemeye odaklanmasıdır. İstihdam danışmanlığı hizmetleri kapsamında genellikle, kurumların işe alım süreçleri, öz geçmiş hazırlama, mülakat teknikleri gibi konularda hizmet verilirken kariyer planlama hizmetleri kapsamında öğrencilere iş dünyası hakkında bilgiler verilmekte ve kariyer kararları hakkında farkındalıkları arttırılmaya çalışılmaktadır (Hao, Sun ve Yuen, 2015; Vincy Jing Sun ve Yuen, 2012; Zhang, Hu ve Pope, 2002).

Söz konusu hizmetler, genellikle kariyer merkezleri tarafından öğrencilere sunulmaktadır (Hao, Sun ve Yuen, 2015), merkezlerin isimleri ise amaç ve fonksiyonlarına göre üniversiteden üniversiteye değişiklik göstermektedir. (Vincy J Sun, Yuen ve Hao, 2012). Bu merkezlerin öğrencilere genel olarak kariyer odaklı dersler, kariyer fuarları, birebir danışmanlık hizmetleri, kariyer web sayfaları aracılığıyla bilgi, yazılı kaynaklar, seminerler, atölye çalışmaları ve staj olanakları sunduğu bilinmektedir (Jin, 2017; Vincy Jing Sun ve Yuen, 2012).

Farklı çalışmalarda, geliştirmeye yönelik çabalar olmasında rağmen yükseköğretim kurumlarındaki kariyer hizmetlerinin yeterli olmadığı belirtilmekte, bu yetersizlik nedeniyle öğrencilerin, işverenlerin aradıkları nitelikler konusunda yeterince bilgi sahibi olmadan mezun olduğuna bunun da iş gücü piyasandaki arz ve talep dengesizliğini arttırdığına işaret edilmektedir

(Cheng, 2017; Vincy Jing Sun ve Yuen, 2012). Personele ilişkin ise; personel sayısı ve niteliğinin yetersi oluşu (Jin, 2017; Vincy Jing Sun ve Yuen, 2012; Vincy J Sun, Yuen ve Hao, 2012) ve mevcut personele alanları dışında sorumluluklar yüklenmesi nedeniyle asıl işlerine ayrılan zamanın kısalması (Hao, Sun ve Yuen, 2015) şeklinde eleştiriler bulunmaktadır.

Önemli eleştirilerden biri, kariyer hizmetlerinin genellikle istihdam danışmanlığı olarak algılandığı ve kariyer planlama hizmetlerinin arka planda kaldığı yönündedir. Bu anlamda mevcut hizmet çeşitliliği ile öğrencilerin kariyer gelişimi ihtiyaçlarını karşılamanın mümkün olmadığının, öğrencilerin kariyer farkındalığının düşük kaldığının ve istihdam ve kariyer planlama odaklı hizmetlerin beraber ve erken tanıtılması gerektiğinin altı çizilmektedir (Vincy Jing Sun ve Yuen, 2012).

Literatürdeki önemli bir eleştiri ise Çin'deki üniversitelerin Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'daki kariyer danışmanlığı ile ilgili yaklaşımları, doğrudan uygulamaya çalışması ile ilgilidir (Xiu-xia, 2008). Özellikle 1990 sonrasındaki süreçte Çin'de kariyer danışmanlığı hizmetleri verilirken kullanılan akademik kuramların çoğunun ABD veya Avrupa'dan alındığı görülmektedir (Vincy Jing Sun ve Yuen, 2012). Ancak, bu uygulamaların Çin'e özgü iş piyasası, eğitim sistemi ve sosyokültürel farklılıklar nedeniyle Çinli öğrencilerin ihtiyaçlarına cevap veremediği ifade edilmektedir (Hao, Sun ve Yuen, 2015; Leung, 2002; Vincy Jing Sun ve Yuen, 2012).

1.2. Türkiye'de Üniversite Kariyer Merkezlerinin Tarihçesi

Ülkemizdeki üniversite kariyer merkezleri, Cumhurbaşkanlığı talimatları ile 2018 yılında, Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanlığının (CBİKO) yetkisine verilene kadar, rektörlüklere bağlı birimler, uygulama araştırma merkezleri (UYG-AR) ya da Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı / Sağlık Kültür Spor Daire Başkanlığı gibi rektörlük birimlerine bağlı alt birimler olarak çalışmalarını sürdürmüşlerdir.

Yurt dışında üniversite kariyer merkezlerine yönelik çok sayıda araştırma bulunmasına rağmen ülkemizde bu alanda yapılmış çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Tutarlılık arz etmesi bakımından, bu bölümde merkezlerin durumları ve hizmetleri; üniversite yönetimleri sorumluluğunda çalıştıkları dönem ve CBİKO koordinasyonu altında çalıştıkları dönem olmak üzere iki ana başlık altında incelenecektir.

1.2.1. Üniversite Yönetimleri İnisiyatifinde Kariyer Merkezlerinin Gelişimi

Ülkemizdeki Kariyer Merkezlerine ilişkin literatür taramasında, söz konusu birimlerin ilk örneği olarak Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin (ODTÜ) "İş Bulma Bürosu" isimli yapısı gösterilmekte ve farklı araştırmalarda kuruluş yılı 1980 olarak ifade edilmektedir (Karaaslan, 2017; Kozak ve Dalkıranoğlu, 2013; Özden, 2015; Pişkin ve Ersoy Kart, 2019). Kuruluş yılına ilişkin literatürdeki bu bilgilere rağmen, bugünkü adı ile "Kariyer Planlama Uygulama ve Araştırma Merkezi (KPM)"

kendi web sayfasında, 1999 yılında Rektörlüğe bağlı birim olarak kurulduğunu bilgisini paylaşmaktadır (ODTÜ-KPM, t.y.). Farklı çalışmalarda referans gösterilen 1980 tarihine yönelik araştırmalar sırasında, 1988 yılında yayımlanmış, ODTÜ'deki gelişmelere ilişkin bilgiler içeren "Katılım" dergisine rastlanmıştır. Söz konusu kaynakta, İş Bulma Bürosunun Ocak 1987'de "mezunları uzun süre çalışabilecekleri, ruhsal ve parasal açıdan tatmin olabilecekleri bir işe yerleştirmek amacıyla" kurulduğundan bahsedilmektedir (Baltan, 1985). Mevcut çalışmada "Katılım" dergisi haberlerine dayanarak ODTÜ-KPM, 1987 yılı itibari ile ülkemizde kurulan ilk üniversite kariyer merkezi olarak kabul edilmiştir.

ODTÜ'yü takiben, kariyer merkezi kuran ikinci üniversite ise İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesidir ve 1988 yılında hayata geçirilen bu girişim vakıf üniversitelerindeki ilk kariyer merkezi örneğini oluşturmaktadır (Bilkent-KM, t.y.). (İlgili kariyer merkezi web sitesinde "Türkiye'de 1988 yılında bir üniversite bünyesinde kurulan "ilk" kariyer merkezi" oldukları bilgisini paylaşmaktadır.)

Dolayısıyla; ülkemizdeki ilk üniversite kariyer merkezi örneklerinin; farklı pek çok ülkede söz konusu merkezlerin ülke geneline yaygınlaşmasının tamamlandığı tarihte ancak kurulduğu görülmektedir. Üniversitelerde kariyer merkezleri kurulmasına öncülük eden Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri ile karşılaştırıldığında ise, kariyer merkezlerinin bu ülkeler genelinde yaygınlaşmasından yaklaşık 35 yıl sonra (Bishops, 1966; Watts ve diğerleri., 1996) ilk üniversite kariyer merkezimizin kurulmuş olması durumu daha çarpıcı hale getirmektedir.

Merkezlerin ülke genelinde yaygınlaşma süreci ise ancak, ilerleyen bölümde detaylandırılacak olan, CBİKO müdahalesi ile mümkün olmuştur.

Pişkin ve Kart tarafından yürütülen çalışmada 2010 yılından önce sadece 6 devlet üniversitesinde kariyer merkezi bulunurken 2010 yılı itibari ile bu sayının 20'ye yükseldiği ancak bunların 3'ünde yönetici olarak atanan akademisyen dışında hiç personelin bulunmadığı belirtilmiştir. Ayrıca aynı çalışmada, ülkemizdeki kariyer merkezlerinin yarıdan fazlasının 2013 yılından sonra açıldığı sonucuna ulaşılmış ve bu durum YÖK tarafından 2013 yılında gerçekleştirilen Kariyer Merkezleri Toplantısı ile ilişkilendirilmiştir (Pişkin ve Ersoy Kart, 2019). Bu noktada 2019 yılı Ocak ayı itibari ile ülkemizdeki üniversite kariyer merkezi sayısının sadece 53 (CBİKO, 2020a) olduğunu bilmek, YÖK tarafından yapılan girişimin de istenen sonuçları vermediğine işaret etmektedir.

Özden 2015 yılında 32 kariyer merkezi üzerinden yürüttüğü çalışmasında, ülkemizdeki devlet üniversitelerinin kariyer merkezlerinin %60'ının 2012-2014 yılları arasında, %40'ının ise 2015 yılında, uygulama ve araştırma merkezi statüsünde kurduğunu ifade edilmiştir (Özden, 2015).

Cevher tarafından, 103 kamu ve 68 vakıf üniversitesi olmak üzere toplam 171 üniversite incelenerek kamu ve vakıf üniversitelerinin öğrencilere yönelik verdiği hizmetler araştırılmıştır. Doküman analizi ile yapılan araştırmada kamu üniversitelerinin sadece %43,7'sinde (45), vakıf

üniversitelerinin ise %48,5'inde (33 adet) farklı isimler altında kurulmuş toplam 78 birim olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Cevher, 2015).

İstanbul'daki kariyer merkezleri üzerinden, üniversite kariyer merkezlerinin genel yapısının incelendiği 2017 tarihli araştırmada; İstanbul'da, 5'i devlet ve 41'i vakıf olmak üzere toplam 46 üniversite kariyer merkezi bulunduğunu belirtilmiştir (Zeren ve diğerleri., 2017).

Söz konusu çalışmalardaki veriler, tarihleri itibari ile karşılaştırmalı olarak değerlendirildiğinde dikkat çekici farklılıklar göze çarpmaktadır. Örneğin; yukarıda da atıfta bulunulan araştırmada, 2015-2016 yıllarında İstanbul'da 5 devlet üniversitesinde kariyer merkezi bulunduğu bilgisi (Zeren ve diğerleri., 2017) paylaşılırken bundan yaklaşık 4 yıl sonra yapılan araştırmada, İstanbul'da aktif faaliyet gösteren üniversite kariyer merkezi sayısı 4 olarak belirtilmektedir (Pişkin ve Ersoy Kart, 2019).

Görüldüğü üzere, üniversite kariyer merkezleri hakkında yapılan akademik araştırmalar, kullanılan yöntem (anket, web taraması vb.), seçilen örneklem gibi farklılıklar nedeniyle, söz konusu merkezlerin sayısına ilişkin dahi farklı sonuçlara işaret etmekte dolayısıyla güvenilirlikleri tartışılır hale gelmektedir.

Yapılan araştırmalar, farklı nicel verilere işaret etse de kariyer merkezi bulunan üniversitelerin verdiği hizmetler ve bu hizmetlerin niteliği hakkında genel bir fikir sahibi olmamıza yardımcı olmaktadır. Mevcut çalışma kapsamında; söz konusu merkezlerin sayısal anlamda ne kadar yaygın olduğu bir kenara bırakılarak bu merkezlerin verdiği hizmetlere ilişkin bir değerleme yapabilmek amacı ile sınırlı sayıdaki araştırmaların sonuçları bir araya getirilmiştir.

Anadolu Üniversitesindeki 2901 son sınıf öğrencisi ile 2011 yılında gerçekleştirilen araştırmada; öğrencilerin, kariyer kararlarında yeterli desteği alamadıkları, kariyer kararlarını geleneksel kalıplara göre verdikleri, maddi kaygıların kariyer olanaklarının önüne geçtiği ve yüksek lisans yapmanın önemli bir kariyer fırsatı olarak görüldüğüne dair sonuçlara ulaşılmıştır (Kozak ve Dalkıranoğlu, 2013).

İstanbul'daki üniversitelerde 2017 yılında gerçekleştirilen çalışmada; üniversite kariyer merkezlerinde verilen hizmetlerin günümüz koşulları için oldukça yetersiz olduğu ifade edilmiştir (Zeren ve diğerleri., 2017). Aynı araştırmada; kariyer merkezi bulunan kamu üniversitelerinin %25,2'sinde; vakıf üniversitelerinin de % 42,6'sında kariyer merkezi web sayfasına rastlanmış ve bu durum gençlerin tüm iletişimini ve haber alma kanallarını internet üzerinden takip ettiği göz önünde bulundurularak eleştirilmiştir. Açık web sayfaları üzerinden öğrencilere sunulan hizmetlerin (form, belge, faydalı link, etkinlik takvimi, haber, bülten vb.) kamu üniversitelerindeki kariyer merkezlerinde %15, vakıf üniversitesindekilerde ise %23'ün altında kaldığı tespit edilmiştir. Kariyer planlama ve kariyer danışmanlığı hizmetleri incelendiğinde de sonuç değişmemiştir, kariyer merkezi bulunan kamu üniversitelerinin ancak 1/3'ünün; vakıf

üniversitelerinin ise yaklaşık yarısının bu hizmetleri verdiği ortaya çıkmıştır (Zeren ve diğerleri., 2017).

Aynı yıl, Karaslan'ın Ankara'daki üniversitelerin kariyer merkezlerini incelediği çalışmada, görevlendirilen uzman personel sayısının öğrenci sayılarına göre son derece yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmış ve verilen danışmanlık hizmetlerinde ve yapılan etkinliklerde değişikliğe gidilmesi gerektiğinden bahsedilmiştir (Karaaslan, 2017).

Son olarak; merkez yöneticilerinin liderlik vasfını üstlendiği, dolayısıyla kariyer merkezlerinin faaliyetlerini ne derece ciddiyetle yerine getireceği konusunda önemli rol oynadığı ve hizmet kalitesinde personel niteliğinin belirleyici olduğu düşünülerek bu yönde bulgular içeren çalışma sonuçlarının paylaşılması uygun görülmüştür. CBİKO'ya devredilmeden hemen önce, Pişkin ve Kart tarafından gerçekleştirilen söz konusu çalışmada (Pişkin ve Ersoy Kart, 2019):

- Yöneticilerin; çoğunlukla uzmanlık alanları kariyer merkezlerinin fonksiyonlarıyla ilişkili olmayan alanlardaki akademisyenlerden seçildiği tespit edilmiştir. Alanda uzman, kariyer planlama etkinliklerini ve bunların önemini bilen yöneticilere sahip merkezlerin fark edilir biçimde daha aktif oldukları görülmüştür.
- Yöneticilerin sadece yarıdan fazlasının "sıklıkla"[8] kariyer merkezinde bulunduğu, kimi yöneticilerin ise merkeze; dönemde bir, altı ayda bir ya da ayda bir geldikleri tespit edilmiştir. Söz konusu "seyrek" uğrayan bu yöneticiler "farklı görevlerini", "ders yükünü" veya "çalıştıkları fakültenin kariyer merkezine uzaklığını" gerekçe olarak göstermişlerdir.
- Personel yapısı incelendiğinde ise; sekreter, idari hizmetler gibi kariyer rehberliği ve danışmanlığı hizmetleriyle doğrudan ilgili olmayanlarda dâhil olmak üzere 20 üniversitede toplam 37 personel olduğu, dolayısıyla yaklaşık her 26.000 öğrenciye bir personel düştüğü görülmüştür. Ayrıca kariyer merkezinde personel olarak görevlendirilmek için belirli bir uzmanlık aranmadığı ve merkeze atanmadan önce veya atandıktan sonra personele merkezin etkinlik alanıyla ilgili herhangi bir eğitim verilmediği tespit edilmiştir.

Türkiye'de üniversite kariyer merkezleri; rektörlüğe bağlı birimler, rektörlüğe bağlı birimlerin alt birimi ya da üniversite senatosunca kararlaştırılıp YÖK onayı ile resmileşen Uygulama ve Araştırma Merkezi statüsünde kurulabilmektedir. Dolayısıyla, 2019 yılına kadar bu yapılara ilişkin bilgilere tek bir merkezden ulaşmak mümkün değildir. Nitelikli araştırmaların sayıca çok az sayıda olması ve mevcut araştırmaların kısıtları nedeniyle ülkemizdeki kariyer merkezlerine ilişkin sadece genel geçer bilgilere ulaşılabilmektedir. Söz konusu bilgiler ise, kariyer merkezi sayısının, mevcutlardaki personel sayısı ve niteliğinin yetersiz olduğunu ve merkezlerde

[8] "sıklıkla" söylemi ile haftada/ayda kaç gün merkeze gidildiğine ilişkin bilgi araştırmada yer almamaktadır.

uygulama birliği bulunmadığını ortaya koymaktadır. Bu durumda da, yükseköğretimdeki gençlerin kariyer gelişimlerinde büyük fark yaratma potansiyeli olan kariyer merkezlerinden beklenen faydanın sağlanamadığına işaret etmektedir.

Ancak; 03.10.2018 tarihinde gerçekleştirilen 2018-2019 Yükseköğretim Akademik Yılı Açılış Töreninde, Kariyer Merkezlerinin yapı ve uygulamalarında gerçekleştirilecek köklü değişiklere ilişkin ilk sinyaller, doğrudan Cumhurbaşkanlığınca verilmiştir.

1.2.2. Türkiye'deki Üniversite Kariyer Merkezlerine Cumhurbaşkanlığı Desteği

Sayın Cumhurbaşkanı, 2018-2019 Yükseköğretim Akademik Yılı Açılış Töreninde, üniversitelerin tamamında kariyer merkezleri kurulması ve etkin hizmet üretebilmeleri için koordine edilmeleri görevinin CBİKO tarafından yürütüleceğini duyurmuştur. Kariyer merkezlerini ise; öğrencilere ilk yılından itibaren kariyer konusunda rehberlik edecek, reel sektör ile iş birliği içinde faaliyet gösteren, kamu ve özel sektördeki istihdam imkânlarını öğrencilere tanıtan aktif birimler olarak tanımlamıştır (TCCB, 2018).

Kariyer Merkezlerine ilişkin görevin tevdi edilmesinin ardından CBİKO, mevcut durum analizi gerçekleştirmiştir. Türkiye'deki üniversitelerde faaliyet gösteren Kariyer Merkezi sayısının Ocak 2019 tarihi itibari ile 53 olduğunu, ancak bunların yarısından fazlasında gerekli personel görevlendirmelerin yapılmadığını, faaliyetlerini yürütmek için ofislerinin bulunmadığını dolayısıyla pek çoğunun kâğıt üzerinde varlığını sürdüren kurumlar olduğunu tespit etmiştir (CBİKO, 2020a).

Kariyer merkezlerinin devlet eliyle kurulması ve aktif hale getirilmesi sık rastlanır bir uygulama olmasa da, Fransa ve Güney Kore'de olduğu gibi, gerekli görülmesi halinde bu hizmetlerin zorunlu hale getirildiği örneklere de rastlamak mümkündür. Okuldan iş hayatına geçiş sürecinin yönetilmesinin, gençlerin hayat kalitesi ve ülke ekonomisi üzerindeki etkileri düşünüldüğünde, kritik öneme sahip bir karardır. Çünkü gençlerin ilk iş deneyiminin üretken olması, beceri ve yetkinliklere örtüşmesi, bu gençlerin ileride toplumlarının gelişmesine katkı sağlayacakları anlamına gelmektedir. Dolayısıyla eğitim hayatından iş hayatına geçişin yönetilmesi gençlerin yaşamları, gelecekteki istihdam, refah ve sosyal bağlılık açısından sonuçları olan kritik bir süreçtir (Alam ve Diego, 2019).

1.2.2.1. CBİKO Tarafından Kariyer Merkezlerine Yönelik ve / veya Kariyer Merkezleri İş Birliği ile Yürütülen Projeler

Yetkili kılınmasını takiben, yaklaşık 1 yıllık süre zarfında; CBİKO yönetiminde kariyer merkezlerine yönelik bir dizi proje hayata geçirilmiştir. Söz konusu proje ve çalışmalara ilişkin bilgiler, Başkanlığın web sitesi, basın bültenleri, haberler ve doğrudan edinilen bilgiler derlenerek aşağıda özetlenmiştir.

Bölgesel Kariyer Fuarları**:** Üniversiteler, kamu-özel sektör kurumları ve meslek odalarının iş birliği ile düzenlenen, gençlere, "üniversitelerinin isimlerinden bağımız olarak birer yetenek" olduklarını hissettirmeyi amaçlayan, "*Yetenek Her Yerde"* sloganlı kariyer etkinlikleridir. Fuarların temel amaçlarından biri olarak "kariyer merkezlerinin aktif hale getirilerek, işverenler ile ilişkilerin güçlendirilmesi" gösterilmiştir (CBİKO, t.y.-b).

Kariyer Merkezi Kitabı**:** Kariyer merkezleri stratejisinin, temel değerlerinin, organizasyon yapısının, yönetim süreçlerinin, personelin rol sorumluluk ve görevleri ile verilecek hizmetlerin anlatıldığı kitap hazırlanıp Türkiye ve KKTC'deki üniversite kariyer merkezleri ve rektörleri ile paylaşılmıştır. Kitapta ayrıca, kariyer merkezlerinin paydaşları, paydaşlarına ilişkin roller, sorumluluklar ve paydaşların sağlaması gereken katkılar da yer almaktadır (Atay, Çırakoğlu Tanrıverdi ve Gülmez, 2019; CBİKO, 2020a).

Kariyer Planlama Dersi**:** Üniversitenin erken döneminde öğrencilerde kariyer farkındalığı oluşturmak temel hedefine sahip dersin içerik ve işleyişinden kariyer merkezleri sorumlu tutulmuştur. Bu kapsamda, kariyer merkezlerini desteklemek ve tüm üniversitelerde dersin aynı kalitede verildiğinden emin olmak amacıyla her bir haftaya özgü video dersler, destekleyici materyaller ve ders dışı aktiviteler hazırlanarak eğiticilerin ve öğrencilerin erişimine açılmıştır (CBİKO, 2019, 2020a).

Staj Seferberliği Programı: Kariyer olanaklarına erişimde fırsat eşitliğinin desteklenmesi, stajın tüm bölümlere yaygınlaştırılması, kamu / özel sektördeki staj imkânlarının tüm üniversiteli gençler için ulaşılabilir hale getirilmesi amacıyla başlatılmıştır (CBİKO, t.y.-a). Programa başvuru yapan öğrencilerin bilgi ve belgelerinin incelenmesi, kabul alan öğrencilerin staj sürecinin takibinde kariyer merkezleri ile iş birliği içinde çalışılmıştır. Böylece öğrencilerin Kariyer Merkezleri ile olan iletişimi artırılmış, kariyer merkezlerinin bilinirliği desteklenmiş ve merkezlerin kariyer fırsatlarına ulaşma konusunda köprü rolü oynadığına ilişkin farkındalık arttırılmıştır (CBİKO, 2020a). Program, OECD'nin "Governance for Youth, Trust and Intergenerational Justice: Fit for all Generations?" başlıklı raporunda örnek uygulama olarak gösterilmiştir (OECD, 2020b).

Yetenek Kapısı**:** Kariyer merkezi profesyonellerinin, öğrenci / mezunlarının ve işverenlerin zaman ve mekândan bağımsız olarak çevrim içi iletişim kurmasını sağlayan Yetenek Kapısı çevrim içi platformu, Ocak 2020 itibari ile tüm Kariyer Merkezlerinin kullanımına ücretsiz olarak sunulmuştur. Öğrenci ve mezunlar platform üzerinden iş / staj / eğitim / teknik gezi ve diğer kariyer imkânlarından, üniversitesinin sunduğu kariyer hizmetlerinden haberdar olup başvuru yapabilmekte ve ihtiyaç duymaları halinde kariyer merkezlerindeki profesyonellerden kariyer danışmanlığı alabilmektedirler (CBİKO, 2020b).

Yetenek Kapısı'nın öğrencilerde, kampüse ilk adım attıkları andan itibaren kariyer bilincinin oluşturulması ve eğitimleri boyunca bu bilincin geliştirilmesi için kullanılabilecek çağdaş bir kariyer platformu olduğu ve (AA, 2020);

- Hizmetlerin tüm öğrenci / mezunları kapsar şekilde yaygınlaştırılması,
- Hizmetlerin, geliştirilmesine imkân sağlayacak şekilde takip edilebilir ve ölçülebilir hale getirilmesi,
- Öğrenci / mezunların zaman ve mekândan bağımsız olarak işverenlerle bir araya gelebilmesi için kullanılabilecek etkili bir araç olarak tasarlandığı paylaşılmıştır.

Ayrıca; ülkemizde yakın zamana kadar bazı kariyer merkezlerinin, öğrencilerine danışmanlık yapmak ve iş / staj ilanlarını ulaştırmak vb. için yabancı ve yüksek bedelli yazılımlar kullanmak zorunda kaldığından söz edilmiştir. Bu alandaki ilk ve tek yerli yazılım olan Yetenek Kapısı ile bilgi güvenliğinin sağlandığı ve yabancı yazılımlara harcanan önemli bir döviz giderinden de tasarruf edildiği belirtilmiştir (AA, 2020).

Sosyal Medya Hesapları ve WEB Sitesi: Öğrenciler ile etkileşimini arttırmak amacı ile kariyer merkezleri öğrencilerin en sık kullandığı sosyal medya platformlarında hesap açmaları teşvik edilmiş ve paylaşılacak içerikler konusunda desteklenmiştir. Ayrıca kurumsal kimliklerini desteklemesi ve öğrencilerin sunulan hizmetler hakkında daha kolay bilgi alabilmelerini sağlamak amacı ile kariyer merkezlerinin kendi web sitelerini kurmaları desteklenmiştir (CBİKO, 2020a).

1.2.2.2. Kariyer Merkezleri için Önerilen Örgüt Yapısı ve Personel Nitelikleri

CBİKO tarafından hazırlanan Üniversite Kariyer Merkezleri kitabında kariyer merkezleri için önerilen organizasyon yapısı ve temel işlevler detaylı şekilde açıklanmıştır. Söz konusu kitapta kariyer merkezlerinde mutlaka yer alması gereken temel işlevler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır, (Atay, Çırakoğlu Tanrıverdi ve Gülmez, 2019):

i. Kariyer Rehberliği ve Danışmanlığı: Öz geçmiş hazırlama desteğini, iş / staj arama yöntemlerini, mülakata hazırlık eğitimlerini, bireysel ve gruplara yönelik kariyer danışmanlığını, kariyer planlama hizmetlerini kapsar.

ii. Eğitim ve Becerilerin Geliştirilmesi: Eğitim ve niteliklere uygun işe yerleşmeye yardımcı olacak yetkinlikleri geliştiren eğitimleri, iş arama, deneyimsel öğrenme vb. eğitimlerini, öğrenci oryantasyonlarını, staj ve gönüllü çalışma konularını içerir.

iii. İşverenler ile İlişkiler: İş dünyası temsilcileri ile tanışma toplantılarını, işverenlere özel tasarlanmış etkinlikleri, iş ve staj imkânlarının artırılmasına yönelik yapılacak iş birliklerini, mezun / öğrencilerin kariyer gelişimlerine destek vermesine aracılık edecek iş birliklerinin geliştirilmesini vb. içerir.

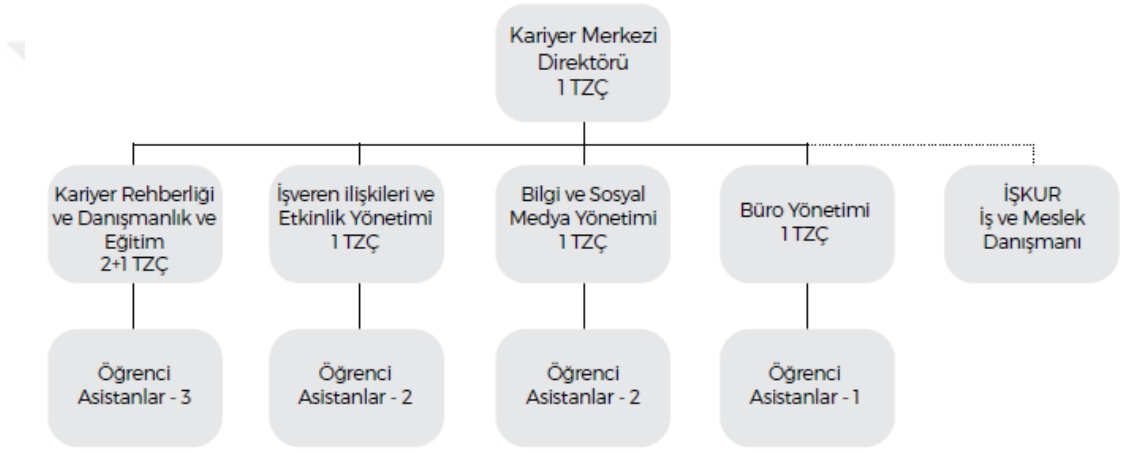
iv. Etkinlik Yönetimi: Kariyer fuarları, seminerleri, işe alım, teknik gezi, kariyer veya mesleklerle ilgili bilgilendirme oturumlar vb. öğrencilere yönelik kariyer etkinliklerini, personelin işveren ziyaretlerini ve öğrenci işveren ilişkilerini kapsar.

v. Bilgi Sistemlerinin ve Sosyal Medyanın Yönetilmesi: Web Portalı aracılığıyla; kendi kendine öğrenme materyallerinin oluşturulmasını, öğrenci / mezunlara yönelik

düzenlenen her türlü etkinliğin, burs, iş/staj vb. ilanlarının duyurulmasını, öğrenci ve işveren veri tabanlarının yönetimini ve ilgili raporların hazırlanmasını kapsar. Sosyal medyanın söz konusu amaca hizmet eder nitelikte kullanılması ve erişim ağının genişletilmesi de bu işlev kapsamına girmektedir.

vi. KM Büro Yönetimi: Sekretarya hizmetlerini, resmi yazışmaları ve diğer işlevlerin eksiksiz yürütülmesi için ihtiyaç duyulacak operasyonel hizmetleri kapsar.

Bahsi geçen temel işlevleri yerine getirmek üzere önerilen organizasyon yapısı şekil 1 de paylaşılmıştır. Kitapta, şemadaki her bir pozisyonun iş tanımları yapılmış, performans ve kalite kriterleri de belirtilmiştir. Sağlayacağı katkılar düşünülerek kariyer merkezlerine çok paydaşlı bir model önerilmiştir (Atay, Çırakoğlu Tanrıverdi ve Gülmez, 2019).



Şekil 1: Gelecekteki Kariyer Merkezleri Organizasyon Yapısı (Atay vd. 2019)

2. KARİYER MERKEZLERİNCE VERİLEN / VERİLMESİ GEREKEN TEMEL HİZMETLER

ILO'nun gelişmekte olan ekonomilerdeki iş gücü üzerine yaptığı çalışmada eğitim hayatından profesyonel hayata başarılı bir geçiş yapabilmek için kişilerin belirli beceri setlerine ve iş yaşamına ilişkin tecrübeye ihtiyaç duyduğu belirtilmektedir (Sparreboom ve Staneva, 2014).

OECD raporlarında, bu beceri setlerini ve tecrübeyi kazandırmak için farklı seviyedeki eğitim kurumlarında "bireylerin eğitim, öğretim ve mesleki seçimler yapmalarına ve kariyerlerini yönetmelerine yardımcı olmak amacıyla dört temel ögeyi içeren kariyer hizmeti sunduğundan bahsedilmiştir. Bu öğeler; "Kariyer Eğitimi", "Kariyer Bilgisi", "Birey / Grup Danışmanlığı" ve "İş Dünyası ile İletişim" olarak sıralanmıştır (Musset ve Kurekova, 2018).

Kariyer rehberliği hizmetlerine ilişkin Watts tarafından geliştirilen ve alanda kabul gören modelde de benzer şekilde; öğrencilerde hayat boyu öğrenmenin temelini oluşturmakla ilgili olan "**kariyer eğitimine** ve öğrencilere, öğrendiklerini daha geniş bir toplumla ve gelecekteki kariyer gelişimleriyle ilişkilendirmeleri için düzenli **fırsatlar sağlamaya** vurgu yapmaktadır. Fırsat sağlamak ile ilişkili ikinci bölümün ise hem **"öğretici bir desteği**" hem de uzmanlaşmış bir "**kariyer danışmanlığı**" hizmeti gerektirdiği belirtilmektedir. Bu bölümde öğrenciler, hem aldıkları eğitim hem de bu eğitim dışında edindikleri deneyimleri sürekli olarak gözden geçirmeye, deneyimler sayesinde elde ettikleri beceri ve yetkinlikleri tanımlamaya, kariyer hedeflerini ve bu hedeflere ulaşmak için belirledikleri yolları tekrar tekrar değerlendirmeye teşvik edilmektedir. (Watts, 1996b).

Öğrencilere verilen kariyer hizmetleri yükseköğretim seviyesinde ele alındığında ise; henüz yetişkin birey sorumlulukları edinmemiş öğrenciler için üniversite çağının mesleki kimliklerini geliştirmek ve kariyer keşfi yapmak için önemli bir fırsat olduğuna işaret etmektedir (Messersmith ve diğerleri., 2008).

Akademisyenlerin öğrenciler için referans olması sürecinden başlayarak bugünkü kurumsal ve karmaşık yapılara dönüşen söz konusu hizmetler günümüzde kariyer merkezleri tarafından sunulmakta, en basit tabiri ile "öğrencilere profesyonel hayatta başarılı olmak için ihtiyaç duyacakları yetkinlikleri kazandırma" hedefini taşımaktadır. (Hudson ve Klein-Collins, 2018).

Günümüzde, Uluslararası kabul görmüş NACE (National Associatıon of Colleges And Employers) standartlarına göre üniversite kariyer merkezleri öğrencilerin (NACE, 2019b):

- Yetkinliklerini, ilgi alanlarını, değerlerini, güçlü yanlarını ve kişisel özelliklerini belirleyerek, değerlendirerek ve anlayarak kariyer seçimi ve iş performansı ile ilgili kendilerini doğru şekilde tanımalarını sağlar.
- Kariyerleri ve eğitim planları hakkında eğitsel ve mesleki bilgiler elde etmelerini ve iş dünyasına ilişkin bir anlayış geliştirmelerini destekler.

- Gelecekteki eğitim ve istihdam seçeneklerini en iyi şekilde kullanabilmeleri için kendilerine uygun akademik programları ve deneyimsel öğrenme fırsatlarını seçmelerine yardımcı olur.
- Kariyer etkinlikleri, kamu hizmetleri, araştırma projeleri, iş birliğine dayalı eğitim, stajlar, tam ve yarı zamanlı çalışma olanakları, girişimcilik faaliyetleri, uluslararası deneyimler ve diğer fırsatlar aracılığıyla deneyim kazanmasına imkânı yaratır.
- Kariyer kararlarını, lisansüstü eğitim, istihdam, girişimcilik planlarını ve / veya iş arama yetkinliklerini geliştirme sorumluluğunu üstlenir.
- İş arama, etkili sunum becerilerini geliştirerek ve yetkinliklerinin hangi mesleki ve profesyonel gereksinimlere, nasıl bir örgüt kültürüne uyduğuna dair anlayış kazanmalarını destekleyerek kendilerine uygun istihdam alternatiflerini bulmaya hazırlar.
- Mezunlar, işverenler, endüstri temsilcileri, profesyonel kuruluşlar, toplum hizmeti kuruluşları vb. ile bağlantı kurmalarını sağlar. Mesleki ilgi alanlarını ve yeterliliklerini geliştirmelerini sağlayarak akademik öğrenimi profesyonel hayat ile bütünleştirir ve gelecekteki kariyer olanaklarını keşfetme fırsatları yaratır.
- Kariyer geliştirme sürecini kolaylaştırmak için mevcut ve yeni teknolojilerden yararlanır.
- İstenilen istihdam fırsatlarına erişebilmesi için bunları takip eder, girişimciliği cesaretlendirir ya da uygun lisansüstü veya profesyonel eğitim programlarına katılımlarını gerçekleştirmeye çalışır.
- Yaşam boyu öğrenme anlayışını içselleştirebilmeleri için teşvik eder ve onları kariyerlerini ömür boyu yönetmeye hazırlar.

Bu hizmetleri yerine getirebilmek için öncelikle kariyer merkezi personeli, etkili performans gösterebilmelerini sağlayacak resmi eğitime, ilgili iş deneyimine, kişisel becerilere ve yetkinliklere sahip olmalı, kariyer merkezleri de profesyonel yetkinliklerini geliştirmeleri için personelini desteklemelidir (NACE, 2019b). Diğer gereklilik ise kariyer merkezlerinin işbirlikleri ile ilgilidir; kariyer merkezleri akademik bölüm ve birimler, akademisyenler, öğrenci servisleri, işverenler, mezunlar ve üniversitedeki diğer ilgili birimler ile iş birliği içinde çalışmak zorundadır. Dahası, başarılı hizmetler sunabilmek için, devlet kurumlarıyla, ilgili meslek birlikleriyle ve işverenlerle de sürekli iletişimde olmaları gerekmektedir (NACE, 2019b; Shepard ve Mani, 2013; Usher, Kwong ve Mentanko, 2014).

NACE tarafından 2016 yılında, yükseköğretim kurumlarınca sağlanması gereken kariyer hizmetlerine ilişkin sorumlulukları ortaya koymak üzere Üniversite Kariyer Merkezleri Profesyonel Standartları yayınlanmıştır. Söz konusu standartlarda, Kariyer Danışmanlığı, Kariyer Bilgisi Sağlama, İstihdam Hizmetleri, Lisans Üstü Eğitim Planlaması ve Deneyimsel Öğrenme olmak üzere beş zorunlu bileşenden bahsetmiştir (NACE, 2016). 2019 yılında yapılan güncelleme ile bu bileşenlere, Kariyer Hizmetlerinin "Çevrim içi ve Uzaktan" verilebilir olması da dâhil etmiştir (NACE, 2019b).

Kariyer merkezlerince yükseköğretim kurumu öğrencilerine sunulan hizmetler incelendiğinde; öğrencilerin ve üniversitelerin yapısı ve ihtiyaçları gibi faktörlerin hizmetlerde kimi farklılıklara neden olduğu görülmektedir. Ancak temelde; ağ oluşturma toplantıları, kariyer danışmanlığı, iş ve staj imkânları, eğitici toplantılar ve atölye çalışmaları (Schaub, 2012), çevrim içi değerlemeler (Lent, 2013), öz geçmiş incelemeleri, mülakat becerilerini geliştirmeye yönelik etkinlikler, atölye çalışmaları, kariyer fuarları, grup ve bireysel kariyer danışmanlığı, iş / staj ilanlarının yayınlanması gibi faaliyetler göze çarpmaktadır (Fouad ve diğerleri., 2006).

Bu bölümde; kariyer merkezleri tarafından sunulan hizmet çeşitleri; NACE tarafından belirtilen bileşenleri içerir şekilde, literatürden elde edilen ve kariyer merkezlerinin mevcut hizmetlerinin incelemesi sonucu elde edilen bilgiler kullanılarak "Kariyer Danışmanlığı", "Kariyer Bilgisi Sağlama", "Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri" olmak üzere 3 ana başlık altında gruplandırılarak açıklanacaktır.

NACE standartlarında yer alan "Deneyimsel Öğrenme" ve "İstihdam" hizmetlerinin bir arada değerlendirilmesinin iki nedeni bulunmaktadır. Öncelikle, NACE standartlarında da; staj imkânları, ortak eğitim programları, iş gölgeleme, gönüllü programlar vb. ile birlikte öğrenci / mezunların istihdam edilmesinin sağlanması da deneyimsel öğrenme hizmetleri kapsamına dâhil edilmiştir (NACE, 2019b). Diğer bir gerekçe ise pek çok farklı çalışmada deneyimsel öğrenme için düzenlenen etkinliklerin, öğrencilerin istihdam edilebilirliklerini desteklediği sonucuna ulaşılmış olmasıdır (Batistic ve Tymon, 2017; Bourner ve Millican, 2011; Dost ve Bilgin, 2010; Fryczyńska ve Ciecierski, 2020; Groot ve De Brink, 2000; NACE, 2019a).

"İleri Eğitim Planlaması" ise; öğrenciler için alternatif bir kariyer planlamasına işaret ettiğinden "Kariyer Danışmanlığı" hizmetlerinin bir fonksiyonu olarak ele alınmıştır. Bu gruplama yapılırken, Üniversite Kariyer Merkezleri Kitabında "Eğitim" ve "Kariyer Rehberliği ve Danışmanlık" hizmetlerinin aynı fonksiyon altında yer aldığı da (Atay, Çırakoğlu Tanrıverdi ve Gülmez, 2019) göz önünde bulundurulmuştur.

Her bir grupta yer alan hizmetler, üniversiteler tarafından benimsenecek 3 farklı strateji ile sunulabilmektedir (Watts, 2006).

- **Genelleyici stratejiler:** Modüller her bölüm ve programdan öğrenciye verilebilecek şekilde tasarlanmıştır. Daha sınırlı geliştirme süresine ihtiyacı vardır ve doğrudan kariyer gelişiminin neler içerdiğine dair yerleşik kavramlara dayanabilir
- **Özelleştirilmiş stratejiler:** Genelleyici bir şablon belirli bölüm ve programların ihtiyaçlarına adapte edilmiştir. Akademik kadronun daha aktif katılımını gerektirir.
- **Ismarlama stratejiler**: Modüller belirli bölüm ve programlardaki belirli amaçlar için geliştirilmiştir. Akademik kadro tarafından sahiplenilmeyi gerektirir.

2.1. Kariyer Danışmanlığı

Kariyer danışmanlığı, öğrenci / mezunların, kariyer seçimlerini, kendilerini tanıyarak ve kendileri için uygun alternatifler hakkında doğru bilgi sahibi olarak yapmalarını sağlamaktan sorumludur ve kişilerin psiko-sosyal, kişisel, gelişimsel ve kültürel özellikleri, sorunları ve inançlarıyla uyumlu şekilde yürütülmesi gerekir (NACE, 2019b).

Odak noktası genellikle kariyer araştırması, kariyer değişikliği, kişisel kariyer gelişimi ve kariyerle ilgili diğer konulardır (Guichard, 2012) ve bu konuları merkeze bireyi alarak incelemektedir (Arabacı ve diğerleri., 2011). Gençlerin ihtiyaçlarını anlamalarına, engellerle yüzleşmelerine, çatışmaları çözmelerine, yeni bakış açıları geliştirmelerine ve ilerleme kaydetmelerine yardımcı olmak için sunulan tarafsız bir rehberlik hizmetini ve uzman desteğini kapsar. Bilgi elde etmelerine, bu bilgileri anlamalarına, yorumlamalarına ve kendi durumlarına uygulayabilmelerinde yardımcı olan faaliyetleri içerir (Musset ve Kurekova, 2018).

Ancak "kariyer danışmanlığı", "kariyer planlama" hizmetlerinden farklıdır. Kariyer planlama hizmetleri, bir öz geçmişin gözden geçirilmesi gibi belirli bir ihtiyacı olan kişiye yardımcı olmak için tasarlanmış; ağ oluşturma ve / veya iş arama süreç ve stratejileri konusunda destek verilmesi, ilgi alanlarına / becerilere / önceki tecrübelere göre mesleklerin belirlenmesi, çevrim içi ilgi / yetenek / değer envanterleri aracılığıyla değerleme ve aktif bilgi tedarikini içerir. "Kariyer Danışmanlığı" ise bu kariyer planlama hizmetlerinin sağlanmasının yanı sıra, bunun çok ötesinde profesyonel danışmanlık ilişkisinin kurulmasına ve kariyer gelişimi endişeleriyle başa çıkma potansiyeline bağlı olarak danışan ile daha derin bir ilişki düzeyini de beraberinde getirir[9].

Kariyer danışmanları, bireylerin ilgi alanlarını, ihtirasları, yetkinlikleri ve nitelikleri hakkında derinlemesine düşünebilmeleri için onlara yardımcı olur. İşgücü piyasasını ve eğitim sistemini anlamalarını ve bu bilgileri kendileri hakkında sahip olduğu bilgiler ile ilişkilendirebilmelerini sağlar. Kapsamlı bir kariyer danışmanlığı, kişilere profesyonel hayat ve eğitim konusunda plan yapabilmeyi ve karar vermeyi öğretmeye çalışır. İşgücü piyasası ve eğitim fırsatları hakkındaki bilgileri organize ederek, sistemli hale getirerek ve ihtiyaç duyulduğunda erişilmesini kolaylaştırarak tüm bu bilgileri "ulaşılabilir" hale getirir (OECD, 2003).

NICE (Network for Innovation in Career Guidence and Counselling) tarafından 2012 yılında yayınlanan "Kariyer Rehberliği ve Danışmanlığı Uzmanlarının Akademik Eğitimi El Kitabında" Kariyer danışmanlarının aşağıdaki alanda yetkin olması beklendiği belirtilmiştir (Schiersmann ve diğerleri., 2012):

- Danışanların yaşam, iş ve kimlikle ilgili karmaşık biyografik sorunlarla başa çıkmalarına yardımcı olmak,

[9] https://www.ncda.org/aws/NCDA/pt/sd/news_article/4924/_self/layout_details/true

- Danışanları, kariyerleriyle ilgili karmaşık konularda karar verme ve çözüm üretmeleri için desteklemek (örneğin; hedef ve öncelikleri belirleme),
- Kavramsal ve düşünümsel yaklaşımları denemek (çözüm odaklı sorgulama, hikâye anlatma, yeniden çerçeveleme vb.),
- Uzun vadeli hedefleri belirleyip, gerektiğinde kariyer geçişlerini yönetebilmeleri ve belirsizlikle başa çıkabilmeleri için danışanlarla birlikte çalışmak,
- Danışanları, kendi yaşamlarını planlamaları konusunda motive etmek.

Aynı çalışmada, bu hizmetlerdeki kalitenin; danışanlarının isteklerini anlamak, hangi tür hizmetlerin onları destekleyeceğini danışanlarına anlatmak ve bu hizmetleri alacaklarına emin olmalarını sağlamakla yakından ilgili olduğu belirtilmiştir. Kariyer danışmanlığının yüksek oranda entelektüelliği, birçok farklı tipteki insanla alışılmışın dışında temas kurmayı, sağlıklı kişisel ilişkiler kurup geliştirmeyi ve birçok farklı bilgi alanına (psikoloji, eğitim, sosyoloji, ekonomi vb.) dair sağlam bir anlayışı gerektirdiği vurgulanmıştır. Ayrıca yapılan incelemelerde, alandaki profesyonellerin farklı akademik disiplinlerden geldiği, söz konusu yetkinlikler için en fazla referans alınan akademik disiplinlerin sırasıyla psikoloji, eğitim bilimleri ve işletme olduğu tespit edilmiştir (Schiersmann ve diğerleri., 2012).

NACE 2019 standartlarında ise, kariyer merkezlerinde sunulacak danışmanlık hizmetlerinin (NACE, 2019b);

- Planlanmış bireysel görüşmeler, kariyer merkezine uğrayan öğrencilere verilen anlık hizmetler, grup programları, kariyer planlama seminerleri, ulaşılabilecek daha iyi kariyer fırsatlar hakkında bilgilendirmeler ve diğer çeşitli kaynaklar vasıtasıyla verilmesi,
- Kariyer danışmanlığı kapsamı dışında bir konuda yardıma ihtiyaç duymaları halinde öğrenci / mezunları diğer birimlerine ve ilgili departmanlara yönlendirmesi,
- Öğrenci / mezunlara ileride tekrar hizmet verebilmek üzere ilgili kayıtları tutulması ve
- Öğrenci / mezunları sosyal medyanın faydaları ve tuzakları ile pozitif dijital "ayak izinin" önemi hakkında eğitmesi gerektiğinden bahsedilmiştir.

Lisansüstü ve profesyonel eğitimler söz konusu olduğunda ise öğrenci ve mezunlara (NACE, 2019b)

- Kariyer hedefleriyle eşleşen lisans, yüksek lisans veya profesyonel eğitim programlarının belirlenmesinde,
- Eğitim almayı düşündükleri kurumlara kendilerini nasıl etkili bir şekilde sunabilecekleri konusunda,
- İlgili programlar hakkında çeşitli kaynaklardan bilgileri temin etmede,
- Kampüs görüşmeleri, yönlendirmeler, doğrudan başvuru, etkinlikler, yayınlar ve kaynaklar aracılığıyla ilgili eğitim kurumları ile iletişim kurma aşamasında yardımcı olması beklenir.

2.2. Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri

Fugate vd. tarafından yapılan çalışmada istihdam edilebilirlik; kişinin gerçek anlamda bir işe girmesini garanti etmese de kariyer fırsatlarını tanımasını ve bunlardan faydalanabilmesini sağlayarak bir işe girme ihtimalini kuvvetlendiren bir adaptasyon biçimi olarak tanımlanır (Fugate, Kinicki ve Ashforth, 2004).

ILO tarafından hazırlanan "Uluslararası Çalışma Örgütü Genç İstihdamı Programı Teknik Notlarında" ise; eğitimi hali hazırda devam eden öğrencilerin kariyer gelişimlerini destekleyecek ve istihdam edilebilirliklerini artıracak deneyim imkânları; staj, çıraklık programları, yarı zamanlı çalışma, gönüllü çalışma programları, mentorluk vb. olarak sıralanmıştır (Perera, Selva ve Nebuloni, 2019).

Öğrencileri iş gücü piyasasındaki fırsatlardan haberdar etmek ve istihdamda fırsat eşitliğini desteklemek adına öğrenci ve mezunlara bu tip imkânların duyurulması ve söz konusu sürecin etkili bir şekilde yürütülmesi kariyer merkezlerinin faaliyetleri arasında oldukça önem arz eden bir konudur. Helens-Hart tarafından 2019 yılında yapılan çalışmada, Fugate'nin istihdam edilebilirlik boyutları ile kariyer merkezi personeli tarafından kullanılan iletişim stratejileri arasındaki ilişki incelenmiş, kariyer merkezleri personeli tarafından sergilenen pozitif ve proaktif tutumun, öğrencilerin istihdam edilebilirlik boyutlarındaki gelişimini desteklediği görülmüştür (Helens-Hart, 2019).

Kariyer merkezleri, deneyimsel öğrenme programları sağlamaktan veya öğrencilerin deneyimsel fırsatları belirlemelerine yardımcı olmaktan sorumludur, bu kapsamda kariyer merkezleri (NACE, 2019b);

- Deneyimsel öğrenme programları sağlamalı veya öğrencilerin deneyimsel fırsatları belirlemelerine yardımcı olmalı,
- Deneyimsel öğrenme fırsatları sağlayan diğer departmanlarla yakın çalışmalı,
- İstenen staj kriterleri ile tutarlılığı sağlamak için deneyimsel öğrenme programlarına yönelik yayınlanan pozisyonları izlemeli ve
- Diğer departmanlara ve işverenler gibi dış paydaşlara, mevcut deneyimsel öğrenme fırsatlarını geliştirme veya iyileştirme konusunda yardımcı olmalıdır.

Ayrıca öğrenci / mezunların;

- Kariyer hedefleriyle ve işyeri beklentileriyle eşleşen her türlü kariyer ve çalışma olanaklarını keşfetme,
- İstihdam fırsatları ve olası işverenler ve sektörler hakkında doğru bilgi elde etme,
- Fırsatların nasıl değerlendirilebileceği ve hileli istihdam uygulamalarını nasıl belirlenebileceğini öğrenme,
- Sosyal medyayı etkili biçimde kullanma ve iş arama konularında faydalanmak üzere çevrim içi bir kimlik ve kişisel marka oluşturma,

- Kampüs görüşmeleri, yönlendirmeler, doğrudan başvuru, etkinlikler, yayınlar ve kaynaklar aracılığıyla ilgili eğitim kurumları ile iletişim kurma,
- Çeşitli istihdam kategorilerini (yarı zamanlı, tam zamanlı, sözleşmeli, evden çalışma, sanal vb.) ve bunların kariyeri nasıl etkileyebileceğini anlama,
- Kampüs görüşmeleri, iş ilanları, yönlendirmeler, doğrudan başvuru, iletişim ağı oluşturma, iş arama etkinlikleri, yayınlar ve bilgi teknolojisi aracılığıyla işverenlerle bağlantı kurma,
- Seçenekler arasından bilinçli bir seçim yapma konularında destek sağlaması gerekmektedir.

Farklı ülkelerde sunulan üniversite kariyer merkezi hizmetlerinin aktarıldığı 1. Bölümde de, iş / staj imkânları ile birlikte bahsedilen ve staj, çıraklık, yarı zamanlı / gönüllü çalışma, ortak eğitim programları vb. hizmetlere, deneyimsel öğrenmeyi destekleyerek istihdam edilebilirliği arttırmaya yönelik olduklarından "Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri" başlığı yer verilmiştir.

2.2.1 Staj Programları: Türk Dil Kurumu stajı "herhangi bir meslek edinecek olan kimsenin geçirdiği uygulamalı öğrenme dönemi" ve "bir kimsenin, meslek bilgisini arttırmak için bir kurumun bir veya birçok bölümünde çalışarak geçirdiği dönem"[10] şeklinde tanımlanmaktadır. Öğrencilerin sınıf ortamından iş dünyasına geçişini sağlayan bir köprü olarak staj programlarının kullanımı ise giderek yaygınlaşmaktadır (Callanan ve Benzing, 2004). Staj programları kapsamında; öğrencilerin kariyer hedefleri ile aldıkları eğitim arasındaki bağlantı pratik deneyimler ile desteklenmekte ve öğrencinin profesyonel hayat ile tanışması sağlanmaktadır. Staj programları teknik yetkinlikleri ve analitik becerileri geliştirebilmekte, daha önemlisi değişen dünyada uyum ve yaratıcılık ihtiyacı hususunda farkındalık kazandırabilmektedir (Chen ve diğerleri., 2011; Coco, 2000). NACE tarafından düzenlenen Staj ve Ortak Eğitim Anketi 2019 yılı sonuçları; staj programları kapsamında daha önce deneyim edindiği iş yerinde çalışmaya devam eden öğrencilerin daha yüksek işte kalma oranlarına sahip olduğunu göstermektedir (NACE, 2019a). Gençlerin iş gücü piyasasına geçişinde deneyim ve stajın etkisini araştıran çalışmada; staj yapanların ilk işlerine daha kısa sürede girebildikleri; iş bulma sürelerinin azaldığı, staj yapılan iş yerinden belirsiz süreli ve ücretli iş teklifi alma olasılıklarının arttığı, hatta staj yapılan iş yerinde çalışma olasılıklarının büyük artış gösterdiği ortaya koyulmuştur (Dost ve Bilgin, 2010). Kariyer merkezleri de birçok sektörü ve coğrafi bölgeyi kapsayacak şekilde staj iş / staj ilanlarının öğrencilere ulaştırılması için işverenler ile işbirlikleri kurarak özenle çalışmalıdır (Schaub, 2012).

2.2.2 İş (Mesleki) Gölgeleme Programları: Bir iş veya mesleğe yeni atılmış kişilerin ya da öğrencilerin meslek ve iş hakkında bilgi ve tecrübe edinmesine olanak sağlayan gözleme dayalı öğrenme sürecidir. Bu süreçte kişi, hâlihazırda çalışmakta olan bir uzmanla iş ortamında bire bir zaman geçirir, uzmanın yaptığı işleri gözlemler ve kimi zaman birlikte çalışır. Bu sayede, söz konusu meslek ve iş hakkında birinci elden bilgi edinmiş olur, ayrıca bir uzman eşliğinde işi

[10] https://sozluk.gov.tr/

deneyimleme fırsatı elde eder. Mesleki gölgeleme, gözlemciye zengin bir deneyim sunar, işlere karşı bilinmezlik korkusunu azaltır ve belirli bir işin ince ayrıntılarını görebilme şansı verir (Heathfield, 2020).

2.2.3 Çıraklık Programları: Avrupa Komisyonu tarafından yapılan tanımlama kapsamında; çıraklık, süresi ve neler öğrenileceği belirli olan, eğitim kurumundaki teorik ve iş yerindeki pratik eğitimi birleştiren programlardır. Yasal olarak bağlayıcılığı olan sözleşmeler aracılığıyla yürütülür[11]. Çalışmalar çıraklık gibi iş deneyimi odaklı programların bireylerin istihdam edilebilirliğini olumlu etkilediğini ortaya koymuştur (Groot ve De Brink, 2000).

2.2.4 Yarı Zamanlı Çalışma Programları: Öğrencilere kariyer hedefleri doğrultusunda çeşitli firmalarda kısmi zamanlı olarak istihdam olanağı sağlanmaktadır. Bu programlar kapsamında, öğrencilerin mezun olmadan uzun / orta süreli iş deneyimleri edinmesi, teknik ve ince yetkinlikler kazanması, mezunlar / işverenler / profesyoneller ile ağ oluşturulması ve bu yetkinlikler aracılığıyla iş gücü piyasasında avantajlı bir giriş yapmaları hedeflenmektedir (Lord ve diğerleri., 2019). Yarı zamanlı çalışma imkânlarının öğrencilere, zaman yönetimi gibi pek çok beceri kazandırdığına (Holloway, 2001; Mortimer ve diğerleri., 1996), sosyalleşmelerini ve iş hayatı hakkında bilgi edinmelerine yardımcı olduğuna (Patton, 2001) yönelik farklı çalışmalara da rastlamak mümkündür. Billett ve Ovens tarafından yapılan çalışmada; yarı zamanlı istihdam programlarının bireylerde, yapılan işin kişinin kendine ne kadar uygun olduğu konusunda farkındalık yarattığı ve böylece kariyer yolları hususunda bilgilenmelerini sağladığını belirtmiş, bu programlardan elde edilecek faydalar üç aşamada özetlenmiştir (Billett ve Ovens, 2007):

- Öğrencilerin izlemek isteyebileceği istihdam yollarını anlamalarına ve bu hususta karar vermelerine katkı sağlayabilir,
- Öğrencilerin yükseköğretimde izlemek istedikleri yolu tekrar değerlendirmeleri için fırsat oluşturabilir,
- Öğrencilerin iş hayatına nasıl daha etkili bir şekilde katılacaklarını ve işyeri ortamlarında kişisel ve mesleki hedeflerine nasıl ulaşacaklarını anlamalarına yardımcı olabilir.

2.2.5 Ortak Eğitim (Cooperative Education) Programları: Teorik öğrenimi; planlı, ücretli ve yönlendirilmiş bir pratik iş deneyimi ile bütünleştiren, öğrencinin akademik ve profesyonel hedefleri ile uyumlu programlardır (Qiubo, Shibin ve Zha, 2016). Bu programlar kapsamında öğrenciler üniversitelerinin iş birliği içerisinde bulunduğu firmalarda birden fazla dönem çalışarak dört yıl sürecek lisans programlarını beş senede ve iş deneyimi kazanarak tamamlarlar[12].

[11] https://ec.europa.eu/eures/public/news-articles/-/asset_publisher/L2ZVYxNxK11W/content/traineeship-internship-apprenticeship-which-one-is-for-you-?_101_INSTANCE_L2ZVYxNxK11W_backLabelKey=news.articles.back.to.list&_101_INSTANCE_L2ZVYxNxK11W_showAssetFooter=true

[12] https://career.vt.edu/experience/ceip/ceip-internship-coop.html

NACE tarafından düzenlenen Staj ve Ortak Eğitim Anketi 2019 yılı sonuçları; ortak eğitim programları kapsamında daha önce çalışma deneyimi bulunan iş yerinde çalışmaya devam eden öğrencilerin daha yüksek işte kalma oranlarına sahip olduğunu göstermektedir (NACE, 2019a).

2.2.6 Gönüllü Çalışma Programları: Gönüllülük, ücretsiz olarak başka bir bireye, gruba veya davaya vakit ayrılan her türlü aktiviteyi ifade eder (Wilson, 2000). Gönüllü çalışmalar, aktarılabilir beceriler geliştirmek, öz geçmişi güçlendirmek ve daha geniş bir toplulukta bir fark yaratmak için oldukça faydalı ders dışı etkinliklerdir[13]. Bu kapsamda; İngiltere'nin en büyük 200 şirketi ile yapılan bir araştırmada, işverenlerin yaklaşık %75'inin gönüllülük deneyimi olan adayları işe almayı tercih ettiği görülmüştür (Bourner ve Millican, 2011).

2.2.7 İş İlanları: Öğrencilerin mevcut fırsatlardan haberdar olmalarının sağlanması önemli bir kariyer hizmetidir. Bu bağlamda yapılan araştırmalar birçok üniversite kariyer merkezinin iş ilanlarını yayımladığı sayfalarının ve bu ilanları inceleme, başvuru yapma gibi imkânlar sunan dijital platformlarının bulunduğunu göstermektedir[14] [15] [16] [17].

2.2.8 Ağ Oluşturma Programları: Ağ oluşturma geçmişten günümüze etkin bir şekilde kullanılan bir yöntemdir. Bireylerin kişisel ve profesyonel ilişkiler geliştirilmesi ve sürdürülmesi ile bilgi, iletişim ve destek elde etmesini saplar. Bu uygulama sonucunda elde edilmek istenen temel çıktı; kariyer ile ilgili çeşitli kaynaklar sağlayabilecek bağlantıların oluşturulması ve sürdürülmesi yoluyla istihdam edilebilirliğin artmasıdır (Batistic ve Tymon, 2017). Bireylerin ağ oluşturma becerisinin yüksek olması hem kuruma katkı sağlamakta hem de bireylerin istihdam edilebilirliğini arttırmaktadır (Fryczyńska ve Ciecierski, 2020). Özellikle son dönemde internet üzerinden sosyal ağların oluşturulabilmesi, bu hususun önemini artırmıştır. Milyonlarca insan arasında kolayca bağlantı kurulmasını sağlayan pek çok platform, ağ oluşturmayı başarının elde edilmesinde kritik bir unsur haline getirmiştir (Pandow ve Salem, 2020).

2.2.9 Kariyer Etkinlikleri: Genellikle; işverenlerin, meslek profesyonellerinin, eğitimcilerin ve / veya sivil toplum kuruluşlarının katılımı ile gerçekleştirilir. Çeşitli faaliyetler kapsamında öğrencilere işverenlerin, projelerin ve farklı kariyer alternatiflerinin tanıtılmasına ve profesyonel hayata geçişte ihtiyaç duyacakları temel yetkinliklerin kazandırılmasına yöneliktir. Kariyer etkinliklerinde temel amaç öğrencilerin istihdam edilebilirliğinin artırılması ve kariyer hususunda karar vermelerine destek sağlanmasıdır (Rehill, Kashefpakdel ve Mann, 2017). Ayrıca, öğrencilerin işverenler, mezunlar vb. ile etkileşim kurmalarına aracılık edilerek, iletişim ağları desteklenmektedir (Schaub, 2012). Bahsedildiği üzere, kariyer etkinlikleri başlığı altında, hedefi birbirinden farklı, birçok faaliyet gerçekleştirilmektedir, en temel kariyer etkinlikleri ise aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

[13] http://www.imperial.ac.uk/careers/jobs-and-experience/volunteering/
[14] https://www.careers.ox.ac.uk/finding-advertised-opportunities#collapse1539221
[15] https://capd.mit.edu/jobs-and-internships/find-jobs-and-internships/job-search-resource s
[16] http://www.imperial.ac.uk/careers/about/jobslive/
[17] https://ocs.fas.harvard.edu/job-internship-search

- İşveren Sunumları / Bilgilendirme Oturumları / Söyleşiler / Seminerler: Bu etkinlikler kapsamında öğrencilere işveren, faaliyet alanı, işveren tarafından talep edilen yetkinlikler, talep edilen profesyonel profil ve işe alım süreci hakkında bilgi verilir (Terzaroli ve Oyekunle, 2019). Böylece öğrencilerde kariyerleri için ihtiyaç duyacağı yetkinlikler ve işe alım süreci hususlarında somut ve gerçekçi beklentiler oluşturulur.
- Mülakat Simülasyonu: İşgücü piyasasının artan beklentileri ve gereksinimleri göz önüne alındığında öğrenciler, yalnızca teknik beceriler değil daha geniş kapsamda alan becerileri ve ince becerilerin önemi konusunda mülakat simülasyonları ile bilinçlendirilebilir (Kaushal, 2016). Bu bağlamda, mülakat simülasyonları yükseköğretim derslerinde yer almış ve öğrencilerin gerçek iş mülakatlarına hazırlanması konusunda kullanılmıştır (Lord ve diğerleri., 2019). Ek olarak, NACE, öğrencilere mülakat simülasyonlarına katılma hususunda tavsiyede bulunmakta, bu sürecin; sorulara verilecek olası cevapları düşünme, sözlü iletişim becerilerini geliştirme ve mülakat sırasında özgüvenli olma konularında faydalı olacağını belirtmektedir (Huss, Jhileek ve Butler, 2017).
- Atölye Çalışması: Katılımcıları endişelerini tartışmaya, hedeflerini belirlemeye, ilgili ve becerilerini akran desteği, geri bildirim ve hesap verilebilirlik ile geliştirir (Dik ve Steger, 2008). Öğrencilerin bilgi ve becerilerini arttırmak üzere hazırlanan atölye çalışmalarına, birçok üniversitenin kariyer merkezi uygulamalarında rastlamak mümkündür[18] [19] [20]. Aktif iş arama becerilerini geliştirmek, girişimcilik becerilerini arttırmak, iletişim ağı oluşturmak, etkin öz geçmiş oluşturmak vb. farklı konu ve becerilere odaklanan atölye çalışmaları (Terzaroli ve Oyekunle, 2019) birçok üniversite kariyer merkezleri tarafından yürütülmektedir.
- Örnek Olay (Vaka) Çalışması: Örnek olay çalışmaları öğrencilerin öğrenim hayatlarında edindikleri bilgileri gerçek bir senaryo üzerinde deneyimleyerek pratik bilgiler edindikleri bir yöntemdir. Problem çözme, karmaşık durumlar karşısında karar verme, belirsizliklerle başa çıkma ve duruma bağlı olarak nicel ve / veya nitel analitik araçları kullanma becerilerini de gelişir[21].
- Kariyer Fuarları: Genel anlamda, olası işverenler ile potansiyel çalışanların buluştuğu etkinlikler olarak tanımlanmaktadır; bu fuarların amacı sıklıkla işverenin çalışma alanlarına genç profesyonelleri çekmesine yardımcı olmaktır (Búriová, 2020). Ayrıca dağınık üniversite kampüsleri, öğrenciler ve gelecekteki işverenleri arasındaki uçurumun kapatılmasına da hizmet eder (McIlveen ve diğerleri., 2009). Kariyer fuarları

[18] https://ocs.fas.harvard.edu/calendar/upcoming/program-type/workshop-or-orientation
[19] http://www.imperial.ac.uk/careers/whats-on/skills-training-and-workshops/
[20] https://careerdevelopment.princeton.edu/advising-programs/workshops-events
[21] https://www.bu.edu/ctl/teaching-resources/using-case-studies-to-teach/

kapsamında, işverenler ve öğrenci / mezunların buluşturulması ve stant ziyaretleri sırasındaki bilgi paylaşımlarının yanı sıra yukarıda alt başlıklar halinde paylaşılan tüm etkinlikler düzenlenebildiğinden oldukça kapsamlı ve geniş kitlelere hitap eden kariyer etkinlikleridir.

2.3. Kariyer Bilgisi

Eğitim ve kariyer fırsatları, kariyerde ilerleme yolları ve kariyer alternatiflerinin yanı sıra ihtiyaç duyulan yardım ve tavsiyenin nerede bulunacağı ve bunlara nasıl erişileceği hakkında bilgi sağlamak ile ilgilidir (Musset ve Kurekova, 2018). Öğrenci / mezunlar farklı ilgi alanlarına, yetkinliklere, ihtiyaçlara, beklentilere, eğitime, deneyime, kişisel geçmişe sahiptir ve farklı yaşam tarzları hayal etmektedirler. Öğrenci ve mezunların bu nitelik ve beklentilerini istihdam piyasasıyla ilişkilendirmelerine yardımcı olmak için güncel bilgi ve kaynakları erişilebilir hale getirmek ise kariyer merkezlerinin sorumluluğundadır, bu doğrultuda öğrenci /mezunlara (NACE, 2019b);

- Bireysel değerleme ve kariyer planlama konusunda,
- Yerel, bölgesel, ulusal ve küresel anlamda iş ve meslek piyasasına, işverenlere ve sektörlere ve lisans, yüksek lisans ve profesyonel eğitim alternatiflerine ilişkin,
- İş ve deneyimsel öğrenme fırsatlarının nasıl araştırılacağına ilişkin stratejiler konusunda ve bu alanda kullanılan ve yeni gelişen araçların nasıl kullanılacağına yönelik,
- Kariyer planlarının yeniden düzenlenmesine yardımcı olacak bilgi ve kaynak sağlaması beklenir.

Ayrıca kariyer merkezilerinden, öğrenci / mezunların kendi kendine öğrenmelerini destekleyecek birçok farklı kaynak oluşturup erişime açması da beklenmektedir. Bu bağlamda; öğrenci ve mezunlara en çok sunulan kaynakların kariyer gelişimi el kitabı, iş ilanları ve istihdama ilişkin bilgiler içeren web sayfaları, başvuru ve mülakat tekniklerine ve değerleme merkezi uygulamalarına ilişkin bilgi içeren kaynaklar ve kariyer haritaları olduğu görülmektedir[22] [23] [24] [25]. Ancak; kariyer bilgisinin aslen; kariyer merkezlerinin diğer fonksiyonları olan, Kariyer Danışmanlığı ve İstihdam ve Deneyimsel Öğrenme kapsamında yürütülen hizmetler aracılığıyla ve bu fonksiyonlar ile iş birliği içinde öğrenci ve mezunlara sunulduğu görülmektedir.

[22] https://ocs.yale.edu/resources/
[23] https://www.careers.ox.ac.uk/useful-career-resources
[24] https://capd.mit.edu/resources
[25] https://ocs.fas.harvard.edu/online-tools

3. KARİYER MERKEZİ HİZMETLERİNDE TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN ETKİSİ

Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin (BİT) günlük hayatımızdaki önemi giderek atmakta, söz konusu teknolojiler iş hayatının işleyişini etkilediği kadar insanların nasıl etkileşim ve iletişim kurduğunu, bilgiyi nasıl paylaştığını ve hatta devlet yönetimlerinin kamu hizmetlerini vatandaşlarına ne şekilde ulaştıracağını dahi etkilemektedir[26].

Bugün dünyada 4.14 milyarı aktif sosyal medya kullanıcısı olan 4,66 milyar internet kullanıcısı bulunmaktadır[27]. Ülkemizdeki nüfusun %71'inden fazlası (59,53 milyon) aktif internet kullanıcısıdır[28], 16-34 yaş aralığındaki nüfusta ise bu oran %90'ın üzerine çıkmaktadır[29]. Türkiye'deki sosyal medya kullanımına bakıldığında ise 2020 itibari ile 54,34 milyon olan kullanıcı sayısının 2025 yılı itibari ile 71,44 milyona çıkması beklenmektedir[30].

BİT'teki gelişmeler küresel anlamda tüm dünyadaki iletişim ve etkileşimi değiştirirken en büyük internet kullanıcı olan gençlerin, özellikle de eğitimli gençlerin, iletişim şeklini değiştirmediğini düşünmek mümkün değildir. Dolayısıyla bu durum; kariyer merkezlerinin önceki bölümlerde aktarılan hizmetleri nasıl sunacağını ve öğrenci / mezunlar ve diğer tüm taraflar ile sürdürdüğü iletişim biçimini, söz konusu gelişmelere uyarlaması gerektiğine işaret etmektedir.

Teknolojik gelişmeler ile birlikte, emek piyasasının aşırı rekabetçi ve çok hızlı değişen yapısı kariyer merkezlerinin pasif hizmet yapısını da değiştirmekte ve yeni bir yaklaşımı gerektirmektedir. En basit örneği ile önceden öğrencilerin kariyer merkezi ofisine gelip yardım almaları beklenirken bugün, kariyer merkezleri hizmetlerini, öğrencilere birçok noktada ulaştırmaya çalışmaktadır (Hudson ve Klein-Collins, 2018). Gelişen yeni teknolojiler de web tabanlı kaynakların ve hizmetlerin (sanal fuarlar, danışmanlık faaliyetleri vb.) sunulmasını mümkün kılmaktadır (Browne ve Russell, 2014; Cox ve Strange, 2010).

Kariyer merkezleri tarafından kullanılan teknolojik araçlar için ise 3 temel, zorunlu ve önemli nokta bulunmaktadır (NACE, 2019b):

- Web siteleri; misyon, konum, personel, iletişim bilgileri, programlar ve öğrenciler / mezunlar ve diğer ilgili paydaşlar için mevcut hizmetler hakkında güncel bilgiler içermelidir. Ayrıca kullanılan dijital platforma entegre çalışması ve kurum içinde ve dışında uygun sitelere bağlantılar vermesi önerilir.
- Kariyer merkezleri yarı zamanlı / tam istihdam, staj / ortak eğitim programları ve diğer deneyimsel öğrenme fırsatlarını destekleyen bilgisayar tabanlı ve çevrim içi işe alma ve işe

[26] https://www.oecd.org/pisa/sitedocument/PISA-2021-ICT-Framework.pdf
[27] https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/
[28] https://www.statista.com/statistics/271411/number-of-internet-users-in-selected-countries/#statisticContainer
[29] https://www.statista.com/statistics/998042/internet-users-by-age-group-turkey/
[30] https://www.statista.com/statistics/569090/predicted-number-of-social-network-users-in-turkey/

yerleştirme sistemlerine sahip olmalı ve bu sistemler ilanları listelemeyi ve öğrenci öz geçmiş veri tabanı oluşturmayı mümkün kılmalıdır.

- Kariyer hizmetleri tarafından kullanılan teknoloji, öğrenci gizliliğini sağlamalı ve yasal ve etik standartlarla tutarlı; veri güvenliği / gizliliği, kurumsal, yasal ve teknoloji gizlilik politikalarına da uygun olmalıdır.

Web tabanlı platformlarının yanı sıra sosyal medya platformları da insanların birbiriyle kolay ve hızlı bir şekilde bağlantı kurabilmesini ve çok sayıda insana ulaşmayı mümkün kılmakta, öğrencileri, mezunları ve işverenleri bir araya getirerek önemli bir aracı görevi üstlenmektedir. Bu platformlar sayesinde kariyer merkezinden, mekânsal ve zamansal kısıtlamalar nedeniyle doğrudan yararlanamayan kişilere (farklı kampüslerdeki öğrenciler, uzaktan öğretim öğrencileri, çalışan öğrenciler, fiziksel engelli öğrenciler vb.) ulaşılabilmektedir. Bu açıdan teknolojiyle bütünleşmiş hizmetler daha erişilebilir ve maksatlı hale gelmektedir (Hudson ve Klein-Collins, 2018).

Dolayısıyla, bilgi işlem teknolojilerinin günlük hayatımızdaki kullanım alanının genişlemeye başladığı 1990'lı yıllardan itibaren, teknolojinin kariyer hizmetlerinde kullanımına ilişkin pek çok çalışma yapılmış ve yapılmaya devam edilmektedir. Bu alanda özellikle 2010'dan sonra yapılan çalışmalarda sosyal medya, bilgi işlem teknolojilerinden ayrı olarak ele alınmış ve kariyer hizmetlerinin genişletilmesindeki öneminin giderek arttığına işaret edilmiştir (Kettunen ve Sampson, 2019).

Bu bilgiler doğrultusunda, teknolojik gelişmelerin kariyer merkezi hizmetleri üzerindeki etkisi "Dijital Platformlar" ve "Sosyal Medya" olmak üzere iki alt başlıkta incelenecektir.

3.1. Dijital Platformlar

Kariyer hizmetlerinin sunulmasında teknolojik gelişmelerden yararlanmaya ilişkin çalışmaların sayısı 1990'lardan itibaren artış gösterse de aslında bu fikir çok da yeni değildir. Günümüz teknolojisi ile kıyaslandığında oldukça sınırlı ve statik bir kullanımı olsa da bilgisayar destekli uygulamaların kariyer hizmetlerinde kullanılmasıyla ilgili çalışmaların geçmişi yaklaşık 60 yıl öncesine, 1960'ların ortasına dayanmaktadır (Watts, 2002).

Watts, "maliyet etkinliğinde yaratacağı potansiyel iyileştirmeler", "rehberlik sürecinin etkinliğinin arttırması" ve "bu tür teknolojilerden yararlanacağına dair kullanıcı beklentileri" olmak üzere 3 ana faktörün karar vericilerin kariyer hizmetlerinde BİT kullanımına ilgisinin artmasına neden olduğundan bahsetmiştir (Kettunen ve Sampson, 2019). Watts, OECD için hazırladığı çalışmasında ise BİT'in kariyer hizmetlerinde kullanımına ilişkin 4 ana fazı şu şekilde açıklamıştır (Watts, 2002):

i. Merkezi İşlem Fazı; 1960'ların ortasından 1970'lerin sonuna kadar devam eden bu süreçte bilgisayar destekli danışmanlık sistemleri geliştirilmiştir. Ancak statik doğası ve geri bildirimlerdeki gecikmeler, bu sistemlerin uygulamadaki kullanımını sınırlamıştır.

ii. Mikrobilgisayar Fazı; 1980'lerin başından 1990'ların ortalarına kadar devam eden dönemde daha güçlü kişisel bilgisayarlara ulaşmak mümkün hale gelmiş, dolayısıyla bilgisayar destekli rehberlik sistemlerinin sayısında ve kullanımlarında önemli bir artış olmuştur. 1990'ların sonunda gelişmiş ülkelerdeki nereyse tüm ilgili merkezler benzer hizmetleri kullanmaya başlamıştır.

iii. Web Fazı: 1990'ların sonunda internetin yaygınlaşması ile kariyer merkezlerinde konuşlanmış sistemlerin yerini, bireylerin evleri dâhil farklı pek çok farklı yerden anında erişebilecekleri web siteleri almıştır. Bu tür web sitelerinin geliştirme kolaylığı da sayılarında büyük artışa neden olmuştur. Hatta kariyer hizmetleri sunan merkezler, bu tip sistemleri tedarikçilerden satın almak yerine, kendi web sitelerini geliştirmeye başlamıştır.

iv. Dijital Faz: 2000'lerde başlayan bu dönemde artık bireyler, internete bilgisayarları dışında telefon, televizyon ve cep telefonları aracılığıyla da ulaşabilir hale gelmiş ve internet hızı ve teknolojilerindeki gelişmeler, metinler kadar video ve ses kayıtlarını da internet üzerinden rahatça paylaşılabilir hale getirmiştir.

Görüldüğü üzere, kariyer hizmetlerinde yeni olan BİT kullanımı değildir. Yeni olan, BİT'in maliyet etkin, erişilebilir ve etkili kariyer hizmetleri tasarlama ve bunları geliştirmek için kullanımı yönünde artan baskılardır.

Law ve Watts'ın Kariyer Eğitimine ilişkin DOTS modeli oluşturmasından 20 yıl sonra 1997'de Offer, Avrupa'da kariyer hizmetleri alanında kullanılan BİT temelli kaynakları modelin 4 ana başlığı altında sınıflandırmıştır (Watts, 2002):

- Bireysel Farkındalık (Self Awareness) kişinin yetenekleri, becerileri, ilgi alanları, değerleri açısında kim olduğunu ve kim olmak istediğine ilişkin bir anlayış geliştirmesi ile ilgili iken Bireysel Farkındalıkla İlişkili Kaynaklar kullanıcıların kendini değerleyip, öğrenim ve iş fırsatları için profil geliştirmelerine yardımcı olabilen ve basit kendini değerleme anketlerinden psikometrik testlere kadar geniş bir alanda değişiklik gösteren kaynaklar olarak tanımlanır.
- Fırsat Farkındalığı (Opportunity Awareness): iş dünyasına, iş dünyasının sunduğu fırsatlara, bu fırsatları yakalamak için gerekenlere ve söz konusu fırsatların sunduğu ödül ve tatmine ilişkin bir anlayış geliştirmek ile ilgilidir. Fırsat Farkındalığıyla İlişkili Kaynaklar ise kullanıcıların bir dizi arama kriterini kullanarak ihtiyaçlarına uygun veriyi bulmasına imkân veren, öğrenim ve / veya iş fırsatlarına ilişkin veri tabaları olarak ifade edilir. Söz konusu veri tabanları; eğitim ve öğretim kurumlarını / kurslarını, meslekleri, işverenleri, açık pozisyonları, gönüllü çalışma fırsatlarını ve kendi işini nasıl kuracağına ilişkin bilgileri içerir. Bazı veri tabanları ise iş gücü piyasasıyla ilgili arz ve talep bilgilerini de kapsar ve hatta kullanıcıların belirli mesleki alanlarını deneyimsel bir yolla keşfedebilmeleri için iş simülasyonları da içerebilir.
- Karar Vermeyi Öğrenme (Decision Learning), Mevcut fırsatlar hakkında karar verebilmek için gereken becerileri edinmeyi ifade ederken Karar Vermeyi Öğrenme ile İlişkili Kaynaklar

kullanıcılara bireysel profilleri ve ilgili öğrenim ve iş fırsatlarını eşleştirme imkânı veren kaynaklardır. Kişiye, profiline en uygun fırsatların sıralandığı bir liste sunar. Ayrıca, kullanıcıların fırsatları sistematik bir şekilde keşfetmesine yardımcı olur, arzu edilen kimi seçeneklerin ne kadar elde edilebilir olduğu göstermek üzere tasarlanmış içerikten bağımsız karar verme kaynakları da sunar.

- Geçiş Yapabilmeyi Öğrenme (Transition Learning), Verilen kariyer kararlarını uygulayabilmek için gereken becerileri edinmeyi ifade ederken Geçiş Yapabilmeyi Öğrenme ile İlişkili Kaynaklar kullanıcılara verdikleri kararları uygulayabilmeleri için yardımcı olur. Eylem planı oluşturma, öz geçmiş hazırlama, başvuru formlarını tamamlama ve mülakatlara hazırlık gibi konularda destek sağlar. Ayrıca, girişimcilik ya da öğrenim fırsatları için gereken kaynakları güvenli bir şekilde temin etmeye yardımcı olacak kaynaklar da içerebilir.

Kariyer hizmetlerinin çevrimiçi olarak sunulmasına ilişkin sistemlerin hedef kitlesi erken öğrencilik yıllarından yetişkinlere kadar uzanmaktadır. Bu bağlamda yıllar içinde; JoAnn Harris-Bowlsbey tarafından geliştirilen Bilgisayarlı Mesleki Bilgi Sistemi, Martin Katz tarafından geliştirilen Etkileşimli Rehberlik Bilgi Sistemi (SIGI), IBM tarafından geliştirilen Eğitim ve Kariyer Araştırma Sistemi (ECES), John Holland'ın teorilerini temel alarak geliştirilen DISCOVER vb. birçok bilgisayar destekli kariyer danışmanlığı hizmeti sistemi kurulmuştur (Harris-Bowlsbey, 2013).

Üniversitelerdeki kariyer hizmetleri bağlamındaki çalışmalar teknolojinin; idare, danışmanlık ve bilgi yönetimi gibi noktalarda kullanıldığını, daha önce üniversite kampüslerinde gerçekleşen bazı etkinliklerin çevrim içi ortamlar üzerinden yapılmaya başlandığını göstermektedir.

ABD'de 1997 yılında yayınlanan, "Yükseköğretim Kariyer Hizmetleri için Stratejik Yönergeler" raporunda, BİT'de yaşanan gelişmelerin üniversite kariyer merkezlerince verilen hizmetler üzerinde yaratacağı etkiye yönelik kestirimleri içeren özel bir bölüm ayrılmıştır. Söz konusu bölümde, BİT alanındaki gelişmelerin kariyer merkezi hizmetlerinin kalitesine ve erişilebilirliğine katkı sağlayabileceği ve bu gelişmelerin sadece bir araç ya da alternatif olarak değil bir değişim elçisi olarak ele alınması gerektiğinden ve BİT sayesinde hizmetlerin öğrenciler neredeyse orada olabilen "sanal kariyer merkezleri" aracılığıyla sunulabileceğinden bahsedilmiştir. Aynı raporda iş / staj ilanlarının, işverenlere ait bilgilerin, video telefonların yaygınlaşması ile eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin ve işverenlerin ulaşabileceği elektronik bir öz geçmiş havuzu üzerinden yerleştirme süreçlerinin gerçekleştirilebileceğine ilişkin bir kurgu paylaşılmıştır (Watts, 1997).

Üniversitelerde verilen kariyer hizmetlerine ilişkin İngiltere'de 2001 yılında hazırlanan raporda, kariyer merkezlerinin hedef kitlesindeki öğrenciler ile iletişimini geliştirmek, var olan hizmetlerden öğrencileri daha fazla haberdar etmek ve hizmetlerini öğrencilere ulaştırmak için bilgi ve iletişim teknolojilerinden nasıl yararlanabilecekleri üzerinde çalışmaları gerektiği belirtilmiştir (Sampson, Offer ve Watts, 2001).

E-posta ve internet üzerinden alınan hizmetlerdeki artış, çevrim içi ortamlardan kariyer eğitimlerinin verilmesi ve hatta daha önce kampüslerde gerçekleşen işverenlerle mülakat etkinlikleri gibi etkinliklerin sanal ortamlarda gerçekleştirilmesi bu durumuna örnek teşkil etmektedir. Aynı doğrultuda üniversitelerin kariyer hizmetleri ile ilgili web sayfalarının ve kariyer gelişimi ile ilgili sunduğu elektronik kaynakların kariyer merkezlerinin sağladığı temel hizmetler kapsamında değerlendirildiği de görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin de kariyer hizmetleri hakkında bilgi almak için e-posta, web sayfası veya sosyal medya kullanmayı tercih ettikleri bildirilmektedir (Lawson, 2014).

ILO tarafından hazırlanan Uluslararası Çalışma Örgütü Genç İstihdamı Programı Teknik Notlarında da; gençlere hitap edecek istihdam hizmetleri olarak listelenen staj, çıraklık programları, yarı zamanlı çalışma, gönüllü çalışma programları, mentorluk vb. programların çevrim içi iş bankalarının ve mobil uygulamalar aracılığıyla ulaştırılmasının faydalı olacağı belirtilmiştir (Perera, Selva ve Nebuloni, 2019). Benzer şekilde yine 2018'de yayınlanan OECD raporunda birebir veya grup olarak verilebilecek kariyer danışmanlığı hizmetlerinin yüz yüze olduğu gibi uzaktan da yapılabileceğinden bahsedilmektedir (Musset ve Kurekova, 2018).

Delaware Üniversitesi öğrencilerinin incelendiği bir çalışmada öğrencilerin yalnızca %47,9'unun kariyer etkinliklerine katıldığı belirtilirken %69'unun çevrim içi bir içerik yönetimi ve kariyer platformu olan Handshake'i kullandığı tespit edilmiş ve bu durumun öğrencilerin sanal platformları kariyer amaçları için kullanma eğiliminin bir göstergesi olarak ifade edilmiştir (Tansley, 2019).

Bu bağlamda, kariyer hizmetleri için dijital platformların geliştirilmesine yönelik farklı çalışmalara rastlamak mümkündür. Örneğin Gati'nin çalışmasında bahsettiği İsrail'deki internet tabanlı kariyer planlama sistemi; 20. yüzyılın tipik sistemlerinin ötesinde; bireysel ihtiyaçların değerlendirilmesi, bu ihtiyaçlara yönelik rehberlik sağlanması, karar verme güçlüklerinin analiz edilmesi, kullanıcının sistemle diyaloğunun kalitesinin izlenmesi ve sıralı eleme mantığının uygulanmasıyla karar vermeye yardım edilmesi özelliklerini kapsamaktadır (Gati ve diğerleri., 2003).

Ayrıca; yapılan araştırmalar bilgisayar temelli kariyer hizmetlerinin sunumuna ek olarak kariyer danışmanı ile etkileşimli deneyimler de sağlandığında kariyer konusunda elde edilen çıktıların daha iyi olduğunu göstermektedir (Whiston, Brecheisen ve Stephens, 2003).

Kariyer danışmanlığının sunulması konusunda yeni teknolojiler birçok probleme hızlı ve uygun maliyetli çözümler getirmekte ve danışmanlık alan kişilerin takibini ve verilerin analizini kolaylaştırmakta, bu durum da veri temelli uygulamalara geçilmesini teşvik etmektedir (Iacob, 2012).

Pordelan ve Hosseinan (2020) çalışmalarında; kariyer danışmanlığının çevrim içi sunulmasını tercih sebebi yapabilecek pek çok neden olduğunu belirtmiştir. Bu nedenleri ise mekânsal sınırlama olmaması, sürekli ulaşılabilir olması, psikolojik testlerde sağladığı hız ve doğruluk, bilgi dünyasına daha fazla erişim imkânı, danışmanlık sürecinde video, ses, fotoğraf gibi çeşitli kaynaklara kolay erişim sağlanması, danışmanlık sürecinin kalitesinin değerlendirilmesi için ölçüm yapılabilmesi ve

danışmanlık sürecinde kullanılan bilgilerin tekrar kullanılabilmesi olarak sıralamışlardır. Ayrıca; özellikle iş gücü piyasasına ilişkin bilgilerin, BİT aracılığıyla kariyer danışmanlığı sürecinde kullanılmasının sürecin verimliliğini sağlayan destekleyici bir unsur olduğunu belirtmişlerdir (Pordelan ve Hosseinian, 2020).

Farklı ülkelerin üniversite kariyer tarafından yaygın bir şekilde kullanılmakta olan dijital platformlar tarafından yapılan araştırmalar incelendiğinde ise kariyer merkezi hizmetlerinde söz konusu platformların öğrenciler ve işverenler tarafından kabul görüp tercih edildiğini göstermektedir.

Dünyada 1.100'den fazla üniversite, 7 milyondan fazla öğrenci ve 500 binden fazla işveren tarafından kullanılmakta olan Handshake tarafından yapılan ankete göre; öğrencilerin büyük bir çoğunluğu iş ve staj imkânlarından haberdar edilmek ancak bu bildirimleri kişiselleştirilmiş olarak almayı istemektedir. Yine aynı ankette öğrencilerin işverenler ile daha çok temas halinde olmak istedikleri, öğrencilerin %70'inin çevrim içi mecralarda kariyer imkânlarını aradıkları, özellikle COVID-19 salgını nedeni ile öğrencilerin %99'unun üniversite kariyer hizmetlerinin desteğine ihtiyaç duyduğunu belirttiği ifade edilmektedir. Platformda paylaşılan etkinliklerin 2019 ve 2020 karşılaştırmaları ise işverenlerce düzenlenen; sanal etkinliklerin %237 oranında, çevrim içi mülakatların %2500 oranında, sanal kariyer fuarlarının %825 oranında arttığına işaret etmektedir (HANDSHAKE, 2020).

1.300'den fazla üniversite, 41 milyondan fazla kullanıcı ve 1 milyondan fazla işverenin kullanmakta olduğu Symplicity tarafından yapılan başka bir ankette ise öğrencilerin %68'inin video görüşmeleri mesajlaşmaya tercih ettiği, %90'ının sanal kariyer fuarlarında işverenlerle görüşmeye sıcak baktığı ve %61'inin ise sanal kariyer fuarlarında bire bir etkileşim kurmak istediği belirtilmektedir. Aynı ankette işverenlerin; %63'ünün sanal kariyer fuarlarına katılan öğrencilere ulaşmak istediği, %77'sinin öğrencilerle video görüşmeler ile etkileşim kurmak istediği, %66 ila %78'inin ise sanal kariyer etkinliklerine katılmaya sıcak baktığı tespit edilmiştir (SYMPLICITY, 2020).

Üniversite öğrencilerinin istihdam edilebilirliğini doğrudan etkileyen kariyer hizmetlerinin etkisini çevrim içi kariyer eğitimi modülü ile tespit etmeyi amaçlayan bir araştırmadan elde edilen bulgular, bir bireyin becerilerine ve ilgi alanlarına göre uyarlanmış kısa bir çevrimiçi kariyer eğitimi modülünü tamamlamanın kariyer uyum yeteneğinin tüm boyutlarını geliştirdiğini göstermiştir (Teychenne ve diğerleri., 2019)

NACE, çalışmalarında 2020 yılında kariyer hizmetlerinde çevrim içi araçların kullanımının giderek yaygınlaştığını ortaya koymaktadır. Anket katılımcılarının %45'i 2020 güz döneminde grup atölye çalışmaları ve kariyer değerlemeleri gibi hizmetlerin yalnızca çevrim içi olarak verildiğini belirtmiştir. Özellikle salgın öncesinde bu hizmetlerin büyük bir çoğunluğunun (yaklaşık %35 ila %70 arası) yalnızca yüz yüze verildiği değerlendirildiğinde büyük bir değişim yaşandığı gözler önüne serilmektedir. Benzer şekilde salgın öncesinde yalnızca yaklaşık %3 oranında çevrim içi verilen kariyer danışmanlığı hizmetleri de 2020 güz döneminde %29 ila %34 oranlarında çevrim içi olarak verilmiştir.

Ayrıca, kariyer hizmetlerin yalnızca zorunluluktan değil, salgın sonrası dönemde de çevrim içi verilmeye devam edilebileceği ve bu durumun hem kariyer merkezleri hem de öğrenciler için faydalı olabileceği belirtilmektedir (NACE, 2020).

Yapılan araştırmalar ve elde edilen verilen gelişen teknolojinin kariyer hizmetlerinin sunumunu da değiştirdiğini ortaya koymaktadır. Kariyer hizmetlerinde teknolojinin kullanılması, yalnızca yüz yüze verilen hizmetlerin alternatifi olarak değil; kariyer değerlemeleri ve müdahaleleri, kariyere ilişkin bilgi toplama, kariyer planlama ve kariyere ilişkin karar verme süreçlerinde de yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Tüm bunlara ek olarak, son dönemde hızla gelişen teknolojiler, bu teknolojiler vasıtasıyla kariyer hizmetlerinde köklü değişimler olacağına da işaret etmektedir. Örneğin, holografik teknoloji ile kariyer danışmanlığı hizmetlerinin verilebileceğinden ve yapay zekâ ile çalışan "sohbet botlarının" kariyer danışmanlığı amacıyla kullanılabileceğinden de bahsedilmektedir (Zainudin ve diğerleri., 2020).

Stratejik planlama yapılması, ihtiyaç analizlerinin gerçekleştirilmesi, kariyer hizmeti sunan profesyonellerin eğitilmesi, kariyer desteğinin eşgüdümünün sağlanması ve çevrim içi ve fiziksel hizmetler arasında harmanlanmış bir yaklaşım benimsenmesi kariyer hizmetlerinde teknolojiden yararlanırken göz önünde bulundurulması gereken hususlar olarak sayılmaktadır (Venable, 2010).

Çalışmalar göstermektedir ki; kariyer merkezleri tarafından sunulan hizmetler artık çevrim içi ortamlarda da verilmekte hatta verilmesi gerekmektedir. Sosyal medya ise söz konusu hizmetler hakkında öğrencileri bilinçlendirmek ve haberdar etmek için kullanılabilecek oldukça güçlü ve etki alanı geniş önemli bir kaynaktır.

NACE tarafından yayınlanan Üniversite Kariyer Hizmetleri Standartlarında 2019 yılında yapılan güncelleme ile kariyer merkezlerinin temel fonksiyonları arasına "Çevrim İçi ve Uzaktan Kariyer Hizmetleri" de eklenmiştir. Bu fonksiyon ile ilişkili olarak kariyer merkezlerinin; öğrenci / mezunların kariyer hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak güncel, geçerli ve güvenilir çevrim içi kaynaklar sağlaması ve geleneksel olarak kampüste sağlanan hizmetlere erişemeyen öğrencilere çevrim içi ve / veya uzaktan kariyer hizmetleri sunulması zorunlu tutulmaktadır. Bu doğrultuda kariyer merkezleri (NACE, 2019b);

- Teknolojisini (yazılım, donanım ve çevrim içi lisanslar ve abonelikler), öğrenci / mezunlara uygun ve erişilebilir çevrim içi ve uzaktan erişilebilir kaynaklar sunmak için düzenli olarak güncellenmelidir.
- Hizmetleri çevrim içi kaynakları, kariyer keşfi, kariyer hazırlığı, kariyer fırsatları ve iş hayatına geçişi kolaylaştırmaya yönelik araçlar içermelidir.
- Hizmetlerinden hangilerinin sürdürüleceğini, hangilerinin sonlandırılacağını ve hangi yeni hizmetlerin verilmesi gerektiği belirlemek için çevrim içi kariyer kaynaklarını düzenli olarak gözden geçirmeli ve karşılaştırmalı, öğrenciler için güncel kaynaklar sağlamalıdır.

- Çevrim içi ve uzaktan kariyer hizmetleri sunan personeline eğitim ve sürekli mesleki gelişim imkânı sağlamalıdır.
- Çevrim içi ve uzaktan kariyer hizmetlerini; öğrenci ve veri bütünlüğünü koruyacak ve kurumsal politika ihtiyaçlarını, kanuni düzenlemeleri ve profesyonel yönergeleri karşılayacak şekilde sağlamalıdır.
- Bu tür hizmetler için en iyi uygulamaları sağlayan politikalar ve prosedürler geliştirmelidir.
- Personelini, teknolojinin güncel eğilimleri ve kullanımları hakkında iyi bilgilendirilmeli ve kariyer hizmetlerinde kullanılmak üzere gelişen teknolojileri önceden tahmin edebilir durumda olmalıdır.

3.2. Sosyal Medya

Sosyal İletişim Ağı Siteleri, sosyal etkileşimlerin sanal bir ortamda kurulmasına olanak sağlayan web tabanlı uygulamalardır. Kullanıcılar, açık ya da yarı açık profil oluşturarak, video, fotoğraf vb. yükleyerek arkadaşları ile paylaşabilmekte ve kendi çevrim içi içeriklerini oluşturabilmektedirler (Ghosh, Chawla ve Mallott, 2012). Sosyal medya, geleneksel medyada olduğu gibi tek bir noktadan çok sayıda kişiye yayın yapmaya değil, iletişim yönü açısından çoktan çoğa paradigmasına dayalı "kullanıcı kaynaklı medya" özelliğine sahiptir[31].

Sosyal medya teknoloji ve araçları, yükseköğretim kurumlarının tanıtım çalışmalarını, potansiyel ve mevcut öğrencileri ile iletişim ve etkileşim kurma şekillerini, öğrenci ve mezunlarla ilişkilerini ve hatta öğrencilerin öğrenme biçimlerini bile değiştirmektedir. Dolayısıyla üniversiteler sosyal medya teknolojilerini, özellikle de en kritik işlev ve işlemleri desteklemek gibi, farklı şekillerde kullanmaya başlamışlardır. Hatta sosyal medya sayesinde artık bilgi kolayca yayılabilir olduğundan, sosyal medyanın yükseköğretim kurumlarındaki performans standartlarının da artırılması yönünde baskı yaratacağına inanılmaktadır (Ghosh, Chawla ve Mallott, 2012).

Uygulamaya bakıldığında ise birçok kariyer merkezinin, başarısını nasıl etkileyeceğini kesin olarak bilmediğinden, sosyal medyaya en iyi sonuçları üretmeyi sağlayacak zamanı ve dikkati vermedikleri görülmektedir (Cabellon ve Junco, 2015). Çalışmalar, mevcut potansiyeline rağmen, kariyer merkezi çalışanlarının öğrenci, mezun ve / veya işverenlere ulaşmak için sosyal ağlarını kullanmak konusunda çekinceleri olduğunu göstermektedir (Osborn ve diğerleri., 2014). Kariyer merkezinin sosyal medya kullanımının etkili olabilmesi için, kariyer merkezi çalışanları sosyal medyayı bir güç olarak kabul etmeli ve buna ek olarak dijital teknolojiyi ustaca kullanacak şekilde eğitilmiş olmalıdır. Ayrıca, kariyer merkezine fayda sağlamak üzere sosyal medyadan yararlanmaya yönelik yeni yaklaşımlar geliştirmekten de sorumlu tutulmalıdırlar (Osborn ve LoFrisco, 2012).

[31] https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya

Sosyal medya platformları gençler tarafından aktif kullanılsa da, öğrencilerin bu platformları kariyer amaçları doğrultusunda etkili ve uygun şekilde kendiliğinden kullanacaklarını düşünmek gerçekçi değildir (Kettunen, 2017). Kariyer merkezleri, teknoloji ile iç içe olan gençlere hizmet verdiğinden, onlara günlük yaşamlarının bir parçası olan kanallar aracılığıyla ulaşmaya çalışması gerekmektedir. Çünkü kariyer merkezlerinin sosyal medyayı etkin kullanımı, mevcutta hizmet alan öğrencilerin bağlılığını arttırmakta ve daha önce kariyer merkezi hizmetlerinden hiç yararlanmayan öğrencilerin de sayısını azaltmaktadır (J. Y. Lee ve Patel, 2020).

Ayrıca, internet ile büyümüş olan bir kuşağın dikkatini çekmek ve "yetenek savaşını" kazanmak için işverenlerin de yeni kuşak ile iletişimini internet üzerinden kuracağını (Mičík ve Mičudová, 2018) akılda tutmak işverenleri önemli bir paydaş olarak gören kariyer merkezleri için önemli bir bilgidir. Zira sosyal medya, marka tanınırlığını arttırmak ve özellikle gençlere temel mesajlar vermek için güçlü bir araçtır (J. Y. Lee ve Patel, 2020).

NACE ve CAB (Career Advisory Board) iş birliği ile 2013 yılında kariyer hizmetlerinde sosyal medya kullanımı araştırılmıştır. Kariyer merkezi profesyonellerin sosyal medya platformlarına yaklaşımları da bu çalışma kapsamında incelenmiştir. Söz konusu çalışma (NACE ve CAB, 2013):

- Katılımcının %91,6'sının kariyer hizmetlerinde sosyal medya kullanımına olumlu yaklaştığını ortaya koyarken bu araçları hiç kullanmadığını belirten katılımcı oranı yalnızca %1,7 ile sınırlı kalmıştır. Kariyer merkezleri tarafından en sık kullanılan platformlar ise; Facebook (%91,6), LinkedIn (%88,7), Twitter (%72,2) ve Youtube (%44,6) olarak sıralanmış ve kullanıcılar alana ilişkin en etkili aracı LinkedIn olarak belirtmişlerdir.
- Katılımcıların; %97,9'u sosyal medya platformları aracılığıyla öğrencilerin kariyer etkinlikleri hakkında bilgilendirdiğini, %31,1'i iş arama aktivitelerinin yürütüldüğünü, %19,7'si de kariyer hedeflerine ilişkin görüşmeleri sosyal medya üzerinden gerçekleştirildiğini belirtmiştir. Kariyer danışmanlığı görüşmelerinin sosyal medya aracılığı ile yürütüldüğünü belirten katılımcıların oranı %27,6, sosyal medya aracılığı ile işverenlere ulaşıldığını belirten katılımcıların oranı ise %58,7'dir.
- Sosyal medyanın kariyer hizmetlerindeki etkisi de aynı çalışma kapsamında ölçülmüştür. Katılımcıların %70,9'u sosyal medya kullanımı ile daha çok öğrencinin kariyer etkinlikleri konusunda bilgilendirildiğini, %32,0'si daha fazla öğrencinin etkinliklere katılım gösterdiğini, %16,7'si daha fazla öğrenciye iş arama tavsiyelerinin iletilebildiğini belirtirken %26,5'i sosyal medyanın kariyer hizmetleri üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını ifade etmiştir.
- Sosyal medya araçlarının kullanılması konusunda, kariyer profesyonellerinin sadece %25,1'ine eğitim imkânı sağlandığı görülmüştür.

Kariyer hizmetlerinde sosyal medyanın kullanımı konusunda yapılan farklı araştırmalarda, söz konusu araçlardan dört şekilde faydalanılabileceğinden bahsedilmiştir; (a) bilgi paylaşmak için bir kanal olarak, (b) birebir iletişim kurabilmek için bir araç olarak, (c) etkileşimli bir çalışma alanı olarak ve (d) paradigma değişikliği veya reform için itici bir güç olarak (Kettunen, Vuorinen ve Sampson Jr, 2015). Niles vd. tarafından yapılan çalışmada ise kariyer merkezlerinin sosyal medyayı en yaygın kullandığı üç alanın, "öğrencilere kariyerle ilgili bilgi sağlamak", "öğrencilerle bağlantı kurmak" ve "kariyer hizmetlerini teşvik etmek / tanıtmak" olduğu tespit edilmiş ve sosyal medyanın iş ağlarını geliştirmek için de kullanılabileceği belirtilmiştir (Niles, Harris-Bowlsbey ve Del Corso, 2013).

Örneğin; Capella Üniversitesi LinkedIn gibi platformları olası işverenlerle bağlantılar kurmak ve mezunlarına destek olmak amacıyla kullanmakta (Balke, Kruzic ve Way, 2017), DePaul Üniversitesi 5.500 mezununun sosyal ağlarını LinkedIn üzerinden sağlayarak iş fırsatlarını bulmalarına yardım etmekte; Michigan Eyalet Üniversitesi ise LinkedIn ve Twitter aracılığıyla öğrencilerine iş imkânlarını duyurmakta, Youtube aracılığıyla da öğrenci ve yeni mezunlara iş arama hususunda tavsiyeler vermektedir (Ghosh, Chawla ve Mallott, 2012). Pensilvanya Üniversitesi Kariyer Hizmetleri de Facebook sayfası aracılığıyla kariyer ve istihdam etkinliklerini duyurup bilgilendirici videolar paylaşmakta ve öğrenciler ile mezunlar arasında bağlantı kurmaktadır (Jencius ve Rainey, 2009).

Mevcut teknolojilerin geniş yelpazesi içinde, sosyal medya kullanımı kariyer hizmetleri sektöründe katlanarak artmaktadır. Kariyer merkezleri ve alandaki uygulamacılar; hizmet sunmak ve gerçek zamanlı iletişim sağlamak için çeşitli sosyal medya araçlarını ve birçok teknolojik aracı giderek daha fazla benimsemektedir (Bimrose, Kettunen ve Goddard, 2015).

İyi uygulanan bir sosyal medya yönetiminin, kariyer merkeziyle öğrenciler arasında bir topluluğun üyesi olma duygusuna yol açtığını ve dolayısıyla daha büyük ve daha kapsamlı öğrenci katılımı sağladığını bildiren çalışmalar mevcuttur (Osborn ve LoFrisco, 2012; Stoller, 2013). Dolayısıyla; kariyer merkezlerinin sosyal medyayı; öğrenci ve mezunlarla buluşma, bağlantı kurma ve onları harekete geçirme şansı sunan önemli bir kaynak olarak değerlendirip etkin şekilde kullanması önem arz etmektedir.

Farklı çalışmalarda da ortaya konduğu üzere dijital platformlar ve sosyal medya, bu teknolojileri etkin şekilde kullanarak hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline getiren eğitimli gençlere hizmet sunan üniversite kariyer merkezi için bir alternatif değil zorunluluk haline gelmektedir. Ancak bahsi geçen bu zorunluluk, kariyer merkezleri, öğrenciler ve hizmet kalitesi bağlamında kimi avantajları da beraberinde getirmektedir. Söz konusu avantajlar aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Alim, 2019; Makela, 2015; Sampson, Offer ve Watts, 2001):

- Etkililiğin Artırılması: Kariyer programlarının ve hizmetlerinin ulaştığı kitleyi genişleten hızlı, verimli ve düşük maliyetli araçlar olarak görülmektedir. Ek olarak bu platformlar, daha önceleri

ulaşılamayan ve geleneksel iletişim yöntemlerini tercih etmeyen öğrencilere ulaşılmasını sağlamaktadır. Bilginin kolayca paylaşılması, sağlanan anonimlik ve erişilebilirliğin artması daha önceleri kariyer hizmetlerinden faydalanmakta çekingen davranan bireylere de ulaşılmasını kolaylaştırmaktadır.

- Görünür Kariyer Hizmetleri: Sunulan kariyer hizmetlerini daha önce hiç olmadığı kadar görünür kılıp rekabeti ve kıyaslamayı mümkün kılmaktadır. Ne kadar uzakta oldukları fark etmeksizin öğrencilere, işverenlere ve diğer paydaşlar ile işbirliği ve koordinasyon sağlanabilir hale gelmektedir.
- Entegre Tutarlı ve şeffaf Hizmetler: İzleme, izleme, değerlendirme ve kayıt entegre bir hizmet için gerekli ve oldukça önemli faaliyetlerdir. Kullanıcıların ihtiyaçları verimli bir şekilde karşılamak ve doğru stratejik öncelikler belirlemek için, sistemin nasıl, kim tarafından ve hangi amaçla kullanıldığına, sistemi kullanırken kimin zorluk yaşadığına veya bu sistemler ile kimlere ulaşılamadığına ilişkin verilerin toplanması çok önemlidir. Bilgi teknolojileri temelli araçlar bu faaliyetleri gerçekleştirebilmek için birçok yöntem sunmaktadır.
- Zaman ve Mekân: Sosyal medya ve dijital teknolojilerin kullanımı, hizmetlerin 7 gün 24 saat ulaşılabilir olmasını sağlamaktadır. Ayrıca yeni teknolojilerin oluşturulan çevrim içi içeriklerin zaman ve mekânının takip edilebilmesini sağlaması; iş dünyasının eğilimlerinin ve farklı ülkelerin perspektiflerinin anlaşılmasına olanak sağlamaktadır.
- Çeşitli Teknoloji Yelpazesi ve Entegrasyonu: İnternet ve telefonun bir arada kullanılması sonucunda birçok platformun kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu durum öğrenciler için kariyer öğrenmesi ile kariyer hizmeti sunan profesyoneller ve işverenlerle iletişim kurulması konularında birçok yeni fırsat oluşturmaktadır.
- Ücretsiz Kaynaklar: İnternet erişimi için ödenen ücretler haricinde çevrim içi mecralarda içerik üretilmesi genelde tamamen ücretsizdir. Yayın ve geliştirme maliyetlerinin zaman içinde azalması öğrenciler için daha fazla miktarda kaynağın oluşturulmasını sağlamıştır.
- Kişiselleştirilmiş Deneyimler Sunulması: Öğrencilerin kariyer danışmanlığı hizmeti sunan profesyoneller ile etkileşim içinde olacakları birçok farklı araç bulunmaktadır. Öğrenciler bu araçlardan hangilerini nasıl kullanacağını seçebilmekte, çevrim içi içerikle olan ilişkilerini ihtiyaçlarına uygun şekilde uyarlayabilmekte ve amaçlarına uygun çevrim içi içeriği ayarlayabilmekte; böylece kişiye özel hizmetler üretilebilmesine imkân tanınmaktadır.
- Sorumluluk: Sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, öğrencileri sosyal medyanın günümüz toplumundaki rolünü ve mahremiyet konusunu anlamaya zorlamaktadır. Sosyal medyada yazılan her şeyin bir etkisi olması öğrencileri sınırların ancak belirlendiğinde var olduğu dijital çağdaki hayata hazırlamaktadır.
- Topluluk Oluşturulması: Sosyal medyanın kullanımı ve erişilebilirliği çok daha büyük kitlelerin bir araya gelerek ağ oluşturmasına olanak sağlamaktadır. Ayrıca sosyal medyanın kullanımı

öğrencilerin bilgi paylaşımı yapmaları, iş birlikleri kurmaları ve kariyer seçimlerini ve sorunlarını tartışmaları konularında faydalı olmaktadır. Çevrim içi platformlarda oluşan topluluklar sayesinde öğrenciler henüz kariyer danışmanına başvurmadan "duygusal bir bağlantı kurmuş" ve "sosyal olarak kabul görmüş" hissedebilmektedir.

- Kariyer Gelişim Sürecini İyileştirmesi: Kariyer alternatiflerini keşfetmek, belirli işverenleri araştırmak, profesyonel iletişim ağları kurmak, kişinin kendini ve fikirlerini pazarlamak için kullanılabilecek bir araç oluğu gibi sosyal medya, doğası gereği farklı kaynaklar aracılığıyla (profesyonellerden, bireysel deneyimlerden vb.) faydalanma imkânı sunarak bir kariyer geliştirme aracı olarak hizmet etme potansiyeline sahiptir.
- Etkileşimli Eğlence: Oyun oynamanın toplumlarda yaygınlaşması neticesinde sunulan kariyer hizmetlerinde de çevrim içi oyunlar kullanılması kariyer danışmanlığı sürecini öğrenci için daha eğlenceli, çekici ve akılda kalıcı hale getirebilmektedir.

Ancak; her öğrencinin teknoloji ve internete erişiminin bulunmaması, yüz yüze etkileşim eksikliği nedeniyle karşılaşılan sorunlar, gizlilik ve etik endişeleri, hızla değişen ve gelişen teknolojiyi yakalamakta profesyonellerin yaşayacağı güçlükler ve çevrimiçi ortamda ilişkileri yürütmenin güçlüğü de teknoloji temelli hizmetlere ilişkin güçlükler arasındadır (Alim, 2019; Makela, 2015; Venable, 2010).

Kariyer hizmetlerinin, teknoloji ve insan temasının doğru bir karışımıyla sunulması, bu süreçte öğrenci ihtiyaçları ve özellikleri yanı sıra etik ilkelere de dikkat etmeyi gerektiren zorlu bir çabadır (Venable, 2010). Yeni teknolojik gelişmelerin ve sosyal medyanın kariyer hizmetlerine başarılı bir şekilde entegre edilebilmesi yalnızca becerilerin ve teknik altyapının hazır olmasına değil aynı zamanda uygulayıcıların yeni teknolojinin hizmet sunumuna getirebileceği değişiklikleri kabul etme istekliliğine de bağlıdır dolayısıyla teknolojilerin başarısını ve kullanımını sağlamak için kariyer merkezi çalışanlarının, danışmanlarının ve öğrencilerin eğitimi ve desteklenmesi oldukça önemlidir. (Kettunen, Vuorinen ve Sampson Jr, 2013; Venable, 2010).

4. ARAŞTIRMA SORULARI ve HİPOTEZLER

4.1. Araştırmanın Amacı

Günümüzde, ülkemizde ve dünyada yükseköğretimden yararlanmak isteyen gençlerin sayısı daha önce hiç olmadığı kadar artış göstermiştir (OECD, 2020a; YÖK, 2020a). Bu durum ise yükseköğretime devam eden gençlerin daha iyi bir iş ve daha iyi bir kariyere ulaşma hedeflerinden kaynaklanmaktadır (Bara Stolzenberg ve diğerleri., 2020; Carlson, 2017; Dawn ve Tommy, 2020; S. E. Network, 2018) .

Kariyer merkezlerinin görevi de en basit tanımı ile gençleri kariyer gelişimleri konusunda desteklemek, istihdam edilebilirliklerini arttırmak ve eğitim hayatından iş hayatına geçişlerini kolaylaştıracak hizmetler sunmaktır (NACE, 2019b; Vinson, Reardon ve Bertoch, 2014).

Giderek artan öğrenci ve dolayısıyla mezun sayısı, işveren yetkinlik beklentilerinin yükselmesi, tüm taraflara hitap eden hizmetler sunabilmek için iç ve dış pek çok paydaş ile kurulması gereken iletişim, iş dünyasının dinamik işleyişi vb. pek çok faktör kariyer merkezlerinin etkin ve verimli çalışabilmesi için dijital platformları kullanmasının önemini arttırmaktadır. Tüm bunların yanı sıra sahip olduğu sınırlı personel, kısıtlı kaynaklar ve hedef kitleyi oluşturan eğitimli genç nüfusun teknoloji ile olan bağı kariyer merkezlerinin dijital platformlar aracılığıyla hizmet vermesini zorunluluğunu perçinlemektedir.

Son yıllardaki çalışmalarda, kariyer hizmetleri için kullanılan dijital platformların faydasına ilişkin tartışmalar son bulmuş, bu platformların günümüz koşullarında bir zorunluk haline geldiği kabul edilmiştir. Bu doğrultuda, kariyer merkezleri için dijital platformların öneminin arttığı; etkin, verimli ve her bir kullanıcı için eşit mesafede erişilebilir hizmetler sunmanın ancak hizmetlerin çevrim içi ve / veya uzaktan verilmesi ile mümkün olduğu pek çok çalışmada ifade edilmiştir. (Barnes ve diğerleri., 2020; Browne ve Russell, 2014; Hudson ve Klein-Collins, 2018; Kettunen ve Sampson, 2019; Lawson, 2014; Watts, 1997).

Dahası, NACE tarafından yayınlanan; Üniversite Kariyer Hizmetleri Profesyonel Standartlarında, 2019 yılında bir güncellemeye gidilmiş ve 2020 yılı için yeni bir madde eklenmiştir. Söz konusu maddede "kariyer merkezlerinin, misyonlarının bir parçası olan istihdam ve deneyimsel öğrenme hizmetlerini (yarı / tam zamanlı çalışma imkânları, staj, kariyer etkinlikleri vb.) sunmalarını destekleyecek bilgisayar tabanlı ve çevrim içi bir sisteme sahip olmaları ve kariyer merkezi yönetimlerinin de ilgili teknolojilere yönelik bir kavrayışla bunları hizmetlerine entegre etmesi gerektiği" bir zorunluluk olarak belirtilmiştir. Sosyal medyanın etkin kullanımını da bu hizmetleri destekleyen bir unsur olarak ayrıca önermiştir. (NACE, 2019b).

Ancak çalışmalar, kariyer merkezi çalışanlarının bu gibi platformları kullanmanın zorluğu konusunda farklı algılara sahip olduğunu, dolayısıyla kullanımı konusunda tereddüt yaşadıklarını ortaya koymakta ve bu kapsamda personele çeşitli eğitim ve gelişim önerilerinde bulunmaktadır (Cabellon ve Junco, 2015; Kettunen ve Sampson, 2019; Osborn ve diğerleri., 2014).

Kariyer merkezlerini dijital platformlara yönlendiren pek çok çalışma bulunsa da yapılan kapsamlı taramada, söz konusu platformların kullanımına ilişkin kapsayıcı istatistiki bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dahası öğrencilerin dijital platformları daha fazla benimseyip kullanması için hangi hizmet türlerinin bu platformlar aracılığıyla verilmesi gerektiğine ilişkin nicel verilere de ulaşılamamıştır.

Mevcut çalışmada, dijital platformları etkin şekilde kullanması bir zorunluluk haline gelen kariyer merkezlerinin, bu platformları hangi hizmetleri için ne yoğunlukta kullandığını ve öğrenci/mezunların bu hizmetlere gösterdikleri reaksiyon araştırılmıştır. Öğrenci / mezun reaksiyonları; sunulan farklı hizmetlere yönelik değişen platform kullanım yoğunlukları ölçülerek tespit edilmiştir. Dolayısıyla hangi tür hizmetleri dijital platformlardan sunmanın daha çok öğrenci / mezunu bu platformlara yönlendireceği ve kariyer merkezlerinin platformdaki erişim ağını güçlendireceği tespit edilmiştir.

Böylece; hem literatüre anlamlı bir katkı yapmak, hem de yükseköğretimdeki genç nüfusun kariyer gelişimleri ve istihdam edilebilirlikleri konusunda kritik role sahip kariyer merkezlerine; çalışma yöntemlerini, hizmet içeriklerini ve bu hizmetleri kullanıcılara en doğru şekilde ulaştırma şekillerini günümüz teknolojik koşullarına ve kullanıcı beklentilerine uygun şekilde biçimlendirebilmeleri için veri sağlamak amaçlanmıştır.

Analiz için ülkemizdeki tüm kariyer merkezlerinde 2020 yılı itibari ile kullanılmaya başlanan dijital platform "Yetenek Kapısı"ndaki kariyer merkezi ve öğrencilere ait log kayıtları büyük veri analizi kapsamında incelenmiştir. Ayrıca söz konusu ilişki üzerindeki etkisini gözlemlemek amacı ile veri dinleme yöntemi kullanılarak kariyer merkezlerinin sosyal medya paylaşımlarına ilişkin veriler de araştırmaya dâhil edilmiştir.
Analizler kısmında bahsedilen Dijital Kariyer Platformu (DKP) söz konusu yazılımı ifade etmektedir.

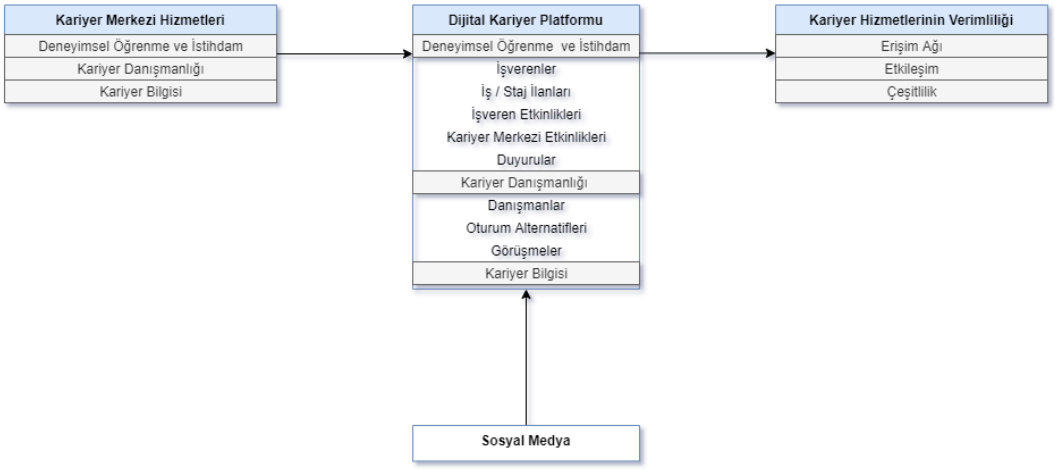
4.2. Araştırma Soruları

Araştırma amacı doğrultusunda, çalışmanın kapsamını yönlendiren 2 temel soru aşağıdaki gibidir.

> "Dijital platformlar, kariyer merkezlerinin hangi tür hizmetleri için kullanıldığında; kariyer merkezinin erişim ağı, kullanıcılar ile etkileşimi ve kullanıcı çeşitliliği bakımından daha verimli sonuçlar doğurur?"

> "Kariyer merkezlerinin hizmetlerini tanıtırken sosyal medyayı kullanması, beklenen şekilde öğrencileri hizmetlerin sunulduğu platformlara yönlendirir mi?"

4.3. Araştırmanın Modeli



Şekil 2: Araştırma Modeli

Daha önce bahsedildiği üzere günümüzde kariyer merkezlerinin hizmetinin dijital platformlar aracılığıyla sunması artık bir zorunluluk olarak görülmekte, bu hizmetleri desteklemek için ise sosyal medyanın kullanımı önerilmektedir.

Mevcut araştırma kapsamında Şekil 2'de gösterildiği üzere; kariyer merkezinin (1) Deneyimsel Öğrenme İstihdam (2) Kariyer Danışmanlığı (3) Kariyer Bilgisi başlıkları altında gruplanan hizmetlerinin dijital platformlara taşınması ile kariyer hizmetlerinin:

- ✓ Daha geniş kitlelere ulaşması sağlanarak erişim ağı genişletilecek
- ✓ Erişim ağındaki kullanıcılar ile olan etkileşimini arttıracak ve
- ✓ Farklı bölümlerin öğrenci / mezunlarına hitap etmesini sağlayarak erişim ağının çeşitliliğini destekleyecektir.

Dolayısıyla hizmetlerin verimliliğini arttıracaktır. Sosyal medyanın hizmetlerin tanıtımına yönelik kullanılması ise öğrenci / mezunları dijital platformlara yönlendirerek bu ilişki üzerinde kolaylaştırıcı rol oynayacaktır.

4.4. Araştırmanın Hipotezleri

Kariyer merkezlerinin öğrenci / mezunların ofise gelmesini beklediği geleneksel dönem yerini hizmetlerini birçok noktadan anında erişilebilir hizmetlerin olduğu bir döneme bırakmış, kariyer merkezleri geleneksel olarak kampüslerde verilen hizmetlere erişemeyen kullanıcıları da göz önünde bulundurmak ve bu doğrultuda çalışmakla sorumlu hale gelmiştir. (Hudson ve Klein-Collins, 2018; NACE, 2019b)

Kariyer merkezlerinden beklenen bu hizmet ise ancak sınırlı sayıdaki personelin ve kısıtlı kaynakların verimliliğini sağlayan teknolojik araçların (Kettunen ve Sampson, 2019) etkin kullanımı ile mümkündür.

Bu doğrultuda; Dijital Kariyer Platformunun farklı kullanıcılara ilişkin fonksiyonların incelenmesi sonucu literatür taraması ile elde edilen bilgiler ile ilişkilendirilmiş ve 3 farklı ilişkiye yönelik 6 temel hipotez oluşturulmuştur.

4.4.1 Platformun Etkin Kullanımı ve Erişim Ağı – Kullanıcı Etkileşimi İlişkisi

Kariyer merkezlerinin günümüzde dijital platformları etkin bir şekilde kullanması gerektiği, böylece hem hizmetlerin sunulduğu kullanıcı kitlesinin beklentilerine hitap eden hem de kullanıcılar tarafından daha kolay erişilebilir hale gelen hizmetlerin mümkün olduğu pek çok çalışmada dile getirilmiştir (Hudson ve Klein-Collins, 2018; Jenschke, Schober ve Langner, 2014; Kettunen ve Sampson, 2019; Lawson, 2014; Mckenzie ve Howell, 2005; NACE, 2019b; Watts, 1997).

H1 hipotezi; DKP'nin kariyer merkezlerinin tüm hizmetlerine yönelik bir bütün halinde kullanımı ile erişilen kullanıcı sayısının (erişim ağının) genişlemesi ve kullanıcılar ile etkileşimi arasındaki ilişkiye yöneliktir. Dolayısıyla hizmetlerin dijital platform ile sunulmasının kullanıcılar tarafından ne denli karşılık gördüğüne işaret eder.

H1: Kariyer Merkezlerinin Dijital Platformu tüm hizmetleri için etkin şekilde kullanması ile erişim ağı ve kullanıcı etkileşimleri arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

DKP'den kullanıcılara sunulan hizmetler "Kariyer Danışmanlığı (KD)" ve "Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri (KM)" olmak üzere iki temel grupta değerlendirilebilir. Platformun hangi hizmet grubuna yönelik kullanımının, öğrenci ve mezunların daha fazla ilgisini çektiği ve onları dijital platformlara yönlendirdiğine ilişkin H2 ve H3 hipotezleri oluşturulmuştur.

H2 hipotezi; Platformun deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri için kullanım yoğunluğu ile bu hizmetlere ulaşmak üzere platforma kaydolan öğrenci / mezun sayısı ve mevcutların platformu kullanım yoğunlukları arasındaki ilişkiye yöneliktir.

H2: Dijital platformun "deneyimsel öğrenme ve istihdam" hizmetleri için etkin kullanımı ile Kariyer Merkezlerinin erişim ağı ve kullanıcı etkileşimi arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri kapsamında kariyer merkezlerince yürütülen faaliyetler, DKP'deki 5 farklı fonksiyon altında yürütülmektedir. Bu fonksiyonlar;

- Öğrenci ve mezunlar için deneyimsel öğrenme ve istihdam fırsatları sunabilecek işverenleri tanımlayarak platformu kullanmalarını sağlamak,
- İş / staj ilanları yayınlayarak başvuru imkânı vermek,
- İşverenler tarafından düzenlenen kariyer etkinliklerini duyurup başvuru almak,
- Kariyer merkezi tarafından düzenlenen kariyer etkinliklerini duyurup başvuru almak,
- Farklı fırsatlara ilişkin duyuruları yayınlamaktan oluşmaktadır.

Kariyer merkezlerinin her bir fonksiyon için platformu kullanımları, öğrenci / mezunların bu hizmete yönelik platformda yaptıkları işlem sayısı ve işlem biçimleri ile verdikleri reaksiyon H2 hipotezinin alt hipotezleri aracılığıyla ele alınmıştır.

H2.1, H2.2 ve H2.3 Kariyer merkezleri tarafından platforma eklenen işveren sayısının, platforma kaydolan kullanıcı sayısı, bu işverenlerin genel bilgilerinin ve detay bilgilerinin kullanıcılar tarafından incelenme sayısı ile ilgilidir. Kariyer merkezlerinin sadece, kullanıcılara farklı deneyimsel öğrenme ve istihdam imkânları yaratabilecek işverenlerin bilgilerine erişebilme imkânı vermesinin, kullanıcıların platformu kullanma tercihlerini, kullanım yoğunluk ve biçimlerini nasıl etkilediğine yöneliktir.

H2.1 Hipotezi, işveren sayını arttırmanın, platforma yeni kullanıcıları çekebileceğine, dolayısıyla kariyer merkezinin platform aracılığıyla erişim ağını genişletebileceğine işaret eder.

H2.1. Platformdaki işveren sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.2 ve H2.3 ise platform üzerinden daha fazla sayıda işverene ilişkin bilgiye erişim imkânı sağlamanın kullanıcılarla etkileşimi artırma potansiyelini, kullanıcıların bu hizmete yönelik platformda yaptığı işlem sayısı üzerinden değerlendirmeye yöneliktir.

H2.2. Platformdaki işveren sayısı ile işveren listesini inceleyen kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.3. Platformdaki işveren sayısı ile işverenlerin profilini inceleyen kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.4, H2.5 ve H2.6 hipotezleri; Kariyer merkezlerinin kullanıcılara iş ve staj ilanlarını ulaştırması ile kullanıcıların bu imkânların bulunduğu platforma kayıt olma sayısı, iş / staj ilanlarını inceleme sayısı ve söz konusu ilanlara başvurma sayısı arasındaki ilişkiye yöneliktir.

H2.4 hipotezi, kariyer merkezlerinin platform üzerinden sunduğu iş / staj alternatiflerini arttırarak platforma yeni kullanıcılar çekip erişim ağını genişletebileceğine işaret eder.

H.2.4 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.5 ve H2.6 ise platform üzerinden daha fazla iş / staj ilanına erişim ikanı sunmanın, kullanıcılarla etkileşim kurma potansiyelini, kullanıcıların bu hizmete yönelik platformda yaptığı işlem sayısı üzerinden değerlendirir.

H2.5 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarıyla ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.6 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarına başvuran kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.7, H2.8 ve H2.9 hipotezleri işverenler tarafından düzenlenen atölye çalışması, bilgilendirme oturumu, örnek olay çalışması, mülakat simülasyonu gibi başvuru gerektiren etkinliklerin kullanıcılara ulaştırılması ile kullanıcıların platforma kaydolma, bu etkinliklere ilişkin işlem yapma ve başvuru sayısı arasındaki ilişkiye yöneliktir.

H2.7 Hipotezi, kariyer merkezlerinin daha fazla işveren etkinliklerini platform üzerinden erişilebilir hale getirmesi ile platforma yeni kullanıcılar çekip erişim ağını genişletebileceğine işaret eder.

H2.7. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.8 ve H2.9 ise platform üzerinden daha fazla işveren etkinliğine erişim imkânı sağlamak ile kullanıcı etkileşimi arasındaki ilişkiyi, bu hizmete yönelik platformda yapılan işlem sayısı üzerinden değerlendirir

H2.8. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklerle ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.9. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.10, H2.11 ve H2.12 hipotezleri, doğrudan kariyer merkezleri tarafından düzenlenen ve başvuru gerektiren kariyer etkinliklerinin kullanıcılara ulaştırılması ile kullanıcıların platforma kaydolma, bu etkinliklerle ilgili işlem yapma ve başvuru sayısı arasındaki ilişkiye yöneliktir.

H2.10 Hipotezi, doğrudan kariyer merkezleri tarafından düzenlenen kariyer etkinliklerini arttırarak platforma yeni kullanıcılar çekilebilceğine ve erişim ağını genişletebileceğine işaret eder.

H2.10. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.11 ve H2.12 hipotezleri ise daha fazla kariyer merkezleri etkinliklerine erişim imkânı sunmanın kullanıcılarla etkileşim kurma potansiyelini, kullanıcıların bu hizmete yönelik platformda yaptığı işlem sayısı üzerinden değerlendirir

H2.11. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklerle ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.12. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.13 ve H2.14 ise başvuru gerektirmeyen ancak öğrencilerin ilgisini çekebilecek ve onlar için fayda yaratabilecek çeşitli bilgilerin platform üzerinden duyurulması ile kullanıcıların platforma kaydolma (yeni kullanıcılar çekerek erişim ağını genişletme) ve duyurular ile ilgili işlem sayısı (kullanıcılar ile bu duyurular aracılığıyla etkileşim kurma potansiyeli) arasındaki ilişkiye yöneliktir

H2.13. Paylaşılan duyuru sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.14. Paylaşılan duyuru sayısı ile duyurularla ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H3 Hipotezi, kariyer danışmanlığı için platformun kullanımı ile platforma kaydolan öğrenci / mezun sayısı ve mevcutların platformu kullanım yoğunlukları arasındaki ilişkiye yöneliktir

H3: Dijital platformun "kariyer danışmanlığı" hizmetleri için etkin kullanımı ile kariyer merkezlerinin erişim ağı ve kullanıcı etkileşimi arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer merkezleri, kariyer danışmanlığına yönelik hizmetlerini diğer üniversitelerinkinden 3 şekilde farklılaştırabilmektedir.

- Platform üzerinden Kariyer Danışmanlığı hizmeti vermek üzere kariyer merkezleri, farklı sayılarda kariyer danışmanı görevlendirebilmektedir.
- Görevlendirilen kariyer danışmanları farklı sayılarda görüşme oturumu açabilmektedir. Görüşme oturumu, öğrencilerin / mezunların erişime açılan, danışmanın bir seferde gerçekleştireceği randevu için uygun tarih ve saatini ifade etmektedir. Dolayısıyla 1 oturum; 1 öğrenci veya 1 öğrenci grubu ile yapılan danışmanlık randevusunu temsil etmektedir. Oturum oluşturma işlemi, öğrencilerin kariyer danışmanlığı randevusu talep etmesini mümkün kılmakta, danışman tarafından oturum oluşturulmadığı sürece öğrenciler görüşme taleplerini kariyer merkezlerine iletememektedir.
- Kullanıcıların kariyer danışmanlığı talebinin öncelikle kariyer danışmanlarınca kabul edilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla ancak kariyer danışmanınca onaylanan görüşmeler gerçekleştirilebilmekte, kabul ve ret oranları üniversiteden üniversiteye değişmektedir.

Her bir fonksiyonun öğrenci / mezun-kariyer merkezi etkileşimine sağladığı katkı ve bu fonksiyonlar ile sunulan hizmetlerin eriştiği kullanıcı sayısı H3 hipotezinin alt hipotezleri aracılığıyla ele alınmıştır. Bu doğrultuda; kariyer danışmanı sayısı, oturum sayısı ve gerçekleştirilen görüşme sayısı ile kariyer merkezinin erişim ağını genişletme ve kullanıcılarla olan etkileşimi arttırma potansiyeli arasındaki ilişki aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

H3.1 hipotezi; kariyer merkezlerinin platformdaki kariyer danışmanlığı hizmeti verebilecek profesyonel sayısını arttırarak (farklı danışmanlardan hizmet alabilme imkânı sunarak), platforma yeni kullanıcılar çekebileceğine dolayısıyla erişim ağını genişletebileceğine işaret eder.

H3.1. Platformdaki Kariyer Danışmanı sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H3.2 hipotezi ise, farklı kariyer danışmanlarından hizmet alabilme imkânının kullanıcılarla etkileşimi artırma durumunu bu hizmete yönelik platformda yapılan işlem sayısı üzerinden ele alır.

H3.2. Platformdaki Kariyer Danışmanı sayısı ile kullanıcıların kariyer danışmanlığı talep sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H3.3 hipotezi; kariyer danışmanlarının kullanıcılara sağladığı alternatifleri (farklı gün ve saat) arttırmasının platforma yeni kullanıcılar çekip erişim ağını genişletebileceğine; H3.4 hipotezi ise sunulan daha fazla alternatifin kullanıcıların danışmanlık talep etme sayısı arttırarak etkileşimi destekleyeceğine işaret eder.

H3.3. Başvuruya açık danışmanlık oturumu sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H3.4. Başvuruya açık danışmanlık oturumu sayısı ile kullanıcıların kariyer danışmanlığı talep sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H3.5 hipotezi; kariyer danışmanları tarafından gerçekleştirilen görüşme sayısı arttıkça platforma yeni kullanıcıların bu hizmeti almak için platforma kayıt olacağına ve dolayısıyla erişim ağını genişletebileceğine; H3.6 hipotezi ise daha fazla danışmanlık görüşmesi gerçekleştirmenin kullanıcıların danışmanlık talep etme sayısını arttırarak etkileşimi destekleyeceğine yöneliktir.

H3.5. Gerçekleştirilen danışmanlık görüşmesi sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H3.6. Gerçekleştirilen danışmanlık görüşmesi sayısı ile kullanıcıların kariyer danışmanlığı talep sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

4.4.2 Platformun Etkin Kullanımı ve Kullanıcı Çeşitliliği

Günümüzde kariyer merkezlerinin mezun ve öğrencilerin kariyer gelişimlerini destekleyecek hizmetler üretmesi ve bu hizmetlerden mümkün olduğunca çok sayıda kullanıcının yararlanmasını sağlamak üzere çalışması yeterli kabul edilmemektedir. Pek çok ülkede bu hizmetlerin, uzaktan eğitim görenler, yabancı öğrenciler, göçmenler, çalışan öğrenciler ve engelliler vb. farklı ihtiyaçlara sahip gruplara ulaşmasını sağlamak da kariyer merkezlerinin sorumlulukları arasında kabul edilmekte ve bu yönde çalışmalar yürütülmektedir (Arthur, 2014; Harvey ve diğerleri., 2017; Hudson ve Klein-Collins, 2018; NACE, 2019b; Shepard ve Mani, 2013).

Ülkemizde henüz kariyer merkezlerinin faaliyetleri bu denli özelleşmediği için kariyer merkezlerinin çeşitli gruplar ile etkileşim kurma ve erişim ağını bu yönde geliştirmesi ise dijital platformların deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetlerine yönelik kullanımı arasındaki ilişki; öğrenci / mezunların bölüm farklıları üzerinden ele alınmış ve bu doğrultuda H4 hipotezi oluşturulmuştur.

H4 hipotezi; Platformun deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri için kullanım yoğunluğu ile bu hizmetlere ulaşmak üzere platforma kaydolan ve platformu kullanan öğrenci /mezunların bölüm çeşitliliğini arasındaki ilişkiye yöneliktir.

H4: Dijital platformun "deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri" için etkin kullanımı ile kullanıcı çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Bölüm 4.4.1'de açıklandığı üzere Deneyimsel Öğrenme ve istihdam hizmetleri DKP'deki 5 farklı fonksiyon üzerinden yürütülmektedir.

Kariyer merkezlerinin her bir fonksiyon için platformu kullanımları ile platforma kaydolan ve platformda hizmetlere yönelik işlem yapan öğrenci / mezunların bölüm çeşitliliği arasındaki ilişkisi H4 hipotezinin alt hipotezleri aracılığıyla ele alınmıştır.

H4.1, H4.2 ve H4.3 Hipotezleri; platformdaki işveren sayısının arttırılmasının, platforma kaydolan kullanıcıların ve bu işverenlerin genel / detay bilgilerini inceleyen kullanıcıların bölüm çeşitliliğini arttıracağını öngörür. Kariyer merkezlerinin sadece, kullanıcılara farklı deneyimsel öğrenme ve istihdam imkânları yaratabilecek işverenlerin bilgilerine erişebilme imkânı vermesinin, farklı bölümlerdeki kullanıcıların platformu kullanma tercihlerini, kullanım yoğunluk ve biçimlerini nasıl etkilediğine işaret eder.

H4.1 Hipotezi, işveren sayını arttırmanın, platforma farklı bölümlerden yeni kullanıcıları çekebileceğine, dolayısıyla kariyer merkezinin platform aracılığıyla erişim ağını kullanıcı çeşitliliğini arttırarak genişletebileceğine işaret eder.

H4.1. Platformdaki işveren sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.2 ve H4.3 ise platform üzerinden daha fazla sayıda işverene ilişkin bilgiye erişim imkânı sağlamanın farklı bölümlerdeki kullanıcılarla etkileşimi artırma potansiyelini, bu hizmete yönelik işlem yapan kullanıcıların kaç farklı bölümden geldiği üzerinden değerlendirmeye yöneliktir.

H4.2. Platformdaki işveren sayısı ile işveren listesini inceleyen kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.3. Platformdaki işveren sayısı ile işveren profilini inceleyen kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.4, H4.5 ve H4.6 hipotezleri; Kariyer merkezlerinin kullanıcılara iş ve staj ilanlarını ulaştırması ile platforma kaydolan, iş / staj ilanlarını inceleyen ve söz konusu ilanlara başvuran kullanıcıların bölüm çeşitliliği arasındaki ilişkiye yöneliktir.

H4.4 hipotezi, kariyer merkezlerinin platform üzerinden sunduğu iş / staj alternatifleri arttırması ile platforma kaydolan kullanıcıların bölüm çeşitliliğini arttıracağına dolayısıyla erişim ağının çeşitliliğini destekleyeceğine işaret eder.

H4.4 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.5 ve H4.6 ise platform üzerinden daha fazla iş / staj ilanına erişim ikanı sunmanın, çeşitli bölümlerdeki kullanıcılar ile etkileşim kurma potansiyelini, bu hizmetlere yönelik işlem yapan kullanıcıların kaç farklı bölümden geldiği üzerinden değerlendirir.

H4.5 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarıyla ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.6 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarına başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.7, H4.8 ve H4.9 hipotezleri işverenler tarafından düzenlenen atölye çalışması, bilgilendirme oturumu, örnek olay çalışması, mülakat simülasyonu gibi başvuru gerektiren etkinliklerin kullanıcılara ulaştırılması ile platforma kaydolan, bu etkinliklere ilişkin işlem yapan ve başvuran kullanıcıların bölüm çeşitliliği ile arasındaki ilişkiye yöneliktir.

H4.7 Hipotezi, kariyer merkezlerinin daha fazla işveren etkinliğini platform üzerinden erişilebilir hale getirmesi ile platforma çektiği kullanıcıların bölüm çeşitliliğini arttıracağına dolayısıyla erişim ağının çeşitliliğini genişletebileceğine işaret eder.

H4.7. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.8 ve H4.9 ise platform üzerinden daha fazla işveren etkinliğine erişim imkânı sağlamak ile farklı bölüm kullanıcılarıyla etkileşim kurma potansiyeli arasındaki ilişkiyi, platformun bu hizmetlere yönelik kullananların bölüm çeşitliliği üzerinden değerlendirir

H4.8. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.9. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.10, H4.11 ve H4.12 hipotezleri, doğrudan kariyer merkezleri tarafından düzenlenen ve başvuru gerektiren kariyer etkinliklerinin kullanıcılara ulaştırılması ile platforma kaydolan, etkinliklerle ilgili işlem yapan ve başvuruda bulunan kullanıcıların bölüm çeşitliliği arasındaki ilişkiye yöneliktir.

H4.10 Hipotezi, doğrudan kariyer merkezleri tarafından düzenlenen kariyer etkinlikleri sayısını arttırarak ile platforma farklı bölümlerdeki kullanıcıların çekilebileceğine ve erişim ağındaki çeşitliliği genişletebileceğine işaret eder.

H4.10. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.11 ve H4.12 hipotezleri ise; daha fazla kariyer merkezi etkinliğine erişim imkânı sunmanın farklı bölümlerdeki kullanıcılarla etkileşim kurma potansiyelini, bu hizmete yönelik işlem yapan kullanıcıların bölüm çeşitliliği üzerinden değerlendirir

H4.11. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklerle ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.12. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.13 ve H4.14 ise başvuru gerektirmeyen ancak öğrencilerin ilgisini çekebilecek ve onlar için fayda yaratabilecek çeşitli bilgilerin platform üzerinden duyurulması ile platforma kaydolan ve duyurularla ilgili işlem yapan kullanıcıların bölüm çeşitliliği arasındaki ilişkiye yönelikti. Dolayısıyla duyurular aracılığı ile kariyer merkezlerinin erişim ağındaki çeşitliliği arttırabileceğini ve etkileşim kurduğu kullanıcıların çeşitliliğinin artacağını öngörür.

H4.13. Paylaşılan duyuru sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.14. Paylaşılan duyuru sayısı ile duyurularla ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

4.4.3 Kullanıcıları Dijital Platformlara Yönlendirmede Sosyal Medya Etkisi

Kariyer merkezlerinin hedef kitlesi olan genç nüfus, günümüzde sosyal medyayı oldukça etkin şekilde kullanmakta ve gün geçtikte bu kullanımın büyük oranda artması beklenmektedir[32] [33]. Sosyal medyanın bu şekilde yoğun kullanımı da söz konusu hedef kitlenin iletişim ve etkileşim kurma biçimini değiştirmektedir (Ghosh, Chawla ve Mallott, 2012). Dolayısıyla kariyer merkezleri ile öğrenci ve

[32] https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/
[33] https://www.statista.com/statistics/998042/internet-users-by-age-group-turkey/

mezunların iletişim ve etkileşiminin de bu durumdan etkilenmesi kaçınılmazdır. Kariyer merkezleri için hizmetlerini ulaştırabilmek, mevcut etkileşimini arttırabilmek ve hizmetlerinin daha çeşitli gruplara hitap edebilmesini sağlamak bakımından sosyal medya kritik rol oynamaktadır (Bimrose, Kettunen ve Goddard, 2015; J. Y. Lee ve Patel, 2020; Niles, Harris-Bowlsbey ve Del Corso, 2013; Osborn ve LoFrisco, 2012; Stoller, 2013). Ancak çalışmalar kariyer merkezlerinin, farklı endişeler ile bu platformları yeterince kullanmadığını göstermektedir (Cabellon ve Junco, 2015; Kettunen, Vuorinen ve Sampson Jr, 2013; NACE ve CAB, 2013; Osborn ve diğerleri., 2014).

Kariyer merkezlerinin, hizmet ve faaliyetlerini tanıtmaya yönelik sosyal medya platformlarını etkin şekilde kullanmasının kullanıcıları dijital platformlara yönlendirmenin, erişilen kullanıcı sayısı ve çeşitliliği üzerindeki etkisi olacağı düşünülmüş ve bu ilişkiye yönelik yönelik H5 hipotezi oluşturulmuştur.

H5: Sosyal medyanın etkin kullanılması, öğrenci / mezunları dijital platformlara yönlendirmede kolaylaştırıcı role sahiptir.

5. YÖNTEM

Mevcut araştırmada tüm üniversiteler tarafından kullanılan Dijital Kariyer Platformundan (Bkz. Bölüm 1.2.2.1.) temin edilen kullanım istatistikleri ve Twitter üzerinden toplanan veriler kullanılmıştır.

5.1 Veri Toplama

DKP'de İşverenler, Üniversite Öğrenci / Mezunları ve Üniversite Kariyer Merkezleri olmak üzere 3 farklı kullanıcı grubu bulunmaktadır. Kariyer Merkezi Kullanıcıları, kariyer danışmanlığı ve diğer hizmetleri veren personel için 2 alt gruptan oluşmaktadır. İşverenler tarafından açılan etkinlik ve iş / staj İlanları için 16 Mart 2020 ile 4 Aralık 2020 tarihleri arasındaki, diğer tüm analizler için 16 Mayıs 2020 ile 4 Aralık 2020 tarihleri arasındaki işlem kayıtları kullanılmıştır.

İşverenler tarafından açılan iş / staj ve etkinlik ilanların öğrenci / mezunların görüntüleme başvurusuna açılabilmesi için öncelikle bu ilanların kariyer merkezlerince onaylanması gerekmektedir. Dolayısıyla kariyer merkezlerinin gelen ilanları onaylamadan önce bekletebileceği ve ayrıca kullanıcıların (öğrenci / mezun) sistemdeki hareketlerinin, sistemde faydalanabileceği iş / staj ilanı, etkinlik, duyuru vb. alternatifler olması halinde artacağı düşünülerek söz konusu 2 grup işlemlere ilişkin başlangıç tarihi, kullanıcılarınkine göre daha erken bir tarih olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın sosyal medya paylaşımlarına ilişkin veriler ise "sosyal medyada yapılan hareketlerin üçüncü bir tarafça derlenmesi (Kurnaz ve diğerleri., 2019)" anlamına gelen Veri Dinleme yolu ile elde edilmiştir. Söz konusu veriler 15.10.2010 – 04.12.2020 tarihleri arasında Twitter RESTful API (application user interfaces - kullanıcı uygulama ara yüzü) üzerinden kariyer merkezine ait Twitter hesabı takip edilerek 52.041 Tweet toplanmıştır. Ancak Twitter'ın hız sınırlayıcı kuralları gereği 3200'den fazla tweeti bulunan kariyer merkezlerinin son 3200 Tweeti çekilebilmiştir[34].

5.2 Veri Temizleme

DKP'ye ait verilerde referans datalar ve yurt dışındaki üniversitelerden kayıtlı öğrenci / mezunlar tarafından gerçekleştirilen 22.981.448 (21.668.874 kullanıcı işlemi, 1.289.586 kariyer merkezi işlemi ve 22.988 kariyer danışmanı işlemi) işlem kaydı bulunduğu görülmüştür. Analiz aşamasında geçilmeden önce veriler R programlama dili ile temizlenmiştir.

Temizleme için öncelikle sistem referans dataları ardından, da araştırma evreninde bulunmayan yurt dışı üniversitelerden kayıtlı öğrenci / mezunlara ilişkin işlemler silinmiştir.

Veri temizliği işleminin en önemli kısmını öğrenci bölümlerinin standartlaştırılması oluşturmuş, rastlanan 4.624 bölüm, Üni-Veri standart tablosu kullanılarak 80 bölüme indirilmiştir.

[34] https://developer.twitter.com/en/docs/rate-limits

Veri temizliğinin ikinci kısmını öğrencilerin sistem üzerinde gerçekleştirdiği işlemlerin sınıflandırılması ve adlandırılması oluşturmaktadır. Bu işlem web sitesinin ara yüzü temel alınarak 8 ana gruba ve 11 işleme indirgenmiştir.

Üç aşamalı veri temizliğinin ardından DKP'deki toplam 292.952 kullanıcıya ait 12.525.183 işlem kaydı analiz edilmiştir. İşlemlerin; 12.256.837'si sisteme kayıtlı toplam 292.699 öğrenci / mezun tarafından, 252.843'ü sistemi kullanan 201 kariyer merkezi tarafından ve 15.503'ü kariyer merkezlerinde hizmet veren 52 kariyer danışmanı tarafından gerçekleştirilmiştir.

Kariyer merkezlilerinin sosyal medya hesaplarının yaygınlaşması ve aktif olarak kullanılmaya başlanmasından sonraki veriler esas alınarak, 15.10.2020 – 04.12.2020 tarih aralığındaki 151 kariyer merkezine ait 9.079 tweet sosyal medya analizleri için kullanılmıştır.

5.3 Analiz

Verilerin toplanması, temizlenmesi işlemleri R programlama dili ile gerçekleştirilmiş, betimleyici istatistiklere ilişkin grafikler R programı çıktısı olarak alınmıştır.

CBİKO tarafından, sağlanan verilerin analiz sonuçları paylaşılırken sistem kullanıcılarına (işveren, öğrenci / mezun, üniversite) ilişkin, kullanıcıların isimlerinin ve kimliği ifşa edecek bilgilerin kullanılmasına izin verilmediğinden bu tip veriler farklı gruplamalara göre paylaşılmıştır. Söz konusu gruplamalar üniversitelerin bulunduğu illere, üniversite türüne (devlet üniversitesi / vakıf üniversitesi) ve CBİKO tarafından kullanılan Üniversite Liglerine[35] (miras ligi, gazi ligi, yükseliş ligi) göre yapılmıştır. Regresyon analizlerinde ise gruplama için il yerine bölgesel analizlerin sağlıklı yapılabilmesi için geliştirilen İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasındaki (Nomenclature of Territorial Units for Statistics-NUTS) 26 Düzey 2 Bölgesine göre gruplanmıştır. İl yerine bölge tercih edilmesinin nedeni il bazında gruplama yapılması durumunda pek çok grup için sadece 1 üniversite ile karşılaşılacak olmasıdır.

Betimleyici analizlerde mevcut 201 kariyer merkezinin verileri esas alınmıştır. Sonuçların gruplarda yer alan üniversite sayısından etkilenmemesi için veriler ilgili gruptaki üniversite sayısı ile kullanıcı sayısının paylaşıldığı istatistiklerde ise ilgili gruptaki toplam kullanıcı sayısı ile normalleştirilmiştir.

Hipotezler ise En Küçük Kareler Yöntemi (OLS) kullanılarak test edilmiştir. Analiz aracı olarak STATA 16 kullanılmıştır.

Hipotez sınamalarında DKP kullanımına ve Sosyal Medya paylaşımlarına ilişkin gerçekleştirilen 2 farklı analiz modeli kullanılmıştır.

[35] Miras Ligi 1923'ten önce kurulan üniversiteleri, Gazi Ligi 1923 – 2000 yılları arasında kurulan üniversiteleri, Yükseliş ligi ise 2000 yılından sonra kurulan üniversiteleri temsil etmektedir. İlgili liste Ek 1'de paylaşılmıştır.

DKP'ye ilişkin analizlerde 2020 yılında ilk defa öğrenci kabul eden 3 üniversitesinin kariyer merkezi ve kullanıcı işlemlerinde yeterli sayıda gözlem olmaması nedeni ile analizler 198 kariyer merkezi baz alınarak gerçekleştirilmiştir. Kariyer danışmanlarına yönelik analizlerde ise; betimleyici istatistikler kısmında kariyer merkezlerince sisteme tanımlandıktan sonra doğrulama işlemi gerçekleştirerek platformda kullanıcı oluşturduğundan bahsedilen 52 kariyer danışmanından 1 tanesinin kariyer danışmanlığı hizmetlerine yönelik hiçbir işlem yapmamış olduğu tespit edilmiş, hipotez sınamalarına ilişkin analizler 51 kariyer danışmanına ilişkin veriler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya ilişkin model aşağıdaki gibidir:

$$Ln(Kullanıcı\ İşlem\ Sayısı) = Ln(Kariyer\ Merkezi\ İşlemleri_i) + Üniversite\ Türü_i + Üniversite\ Ligi_i + Üniversite\ Bölgesi_i + \varepsilon_i. \quad (1)$$

Modelde;

i üniversiteyi ifade etmektedir.

$Kariyer\ Merkezi\ İşlemleri$, ilişkisini ölçmek istediğimiz ana bağımsız değişkendir ve hipotezlere göre değişiklik göstermektedir.

$Üniversite\ Türü$, bir üniversitenin devlet ya da vakıf üniversite olup olmadığını kontrol etmek için modele eklenen kukla değişkendir. Devlet üniversiteleri, vakıf üniversitelerine kıyasla daha fazla öğrenci / mezuna sahip olduğundan potansiyel kullanıcı kapasitesi ve büyüklük kontrolü olarak da düşünülebilir.

$Üniversite\ Ligi$ kuruluş yıllarına göre belirlenmiş lig gruplarını (Gazi, Miras ve Yükseliş) temsil eden kukla değişkendir. Üniversitelerinin kuruluş yıllarına göre kariyer merkezlerinin teknolojiye yaklaşımları, kariyer merkezlerinde görevlendirilebilecek personel sayısı, hizmetler için ayrılabilecek kaynak miktarı değişkenlik göstereceği düşünülerek dâhil edilmiştir.

$Üniversite\ Bölgesi$ Üniversitenin yer aldığı 26 İstatistiki Bölgeyi temsil etmektedir ve bölgesel farkları kontrol etmek için modele eklenmiştir. Son olarak, bağımlı değişken olarak tanımlanan

$Kullanıcı\ İşlem\ Sayısı$, her bir hipotezi ve alt hipotezlerini test ederken değişiklik göstermektedir. Veri setinde yer alan bazı değerler 0 değerini almaktadır. Logaritmasını aldığımız zaman değer kaybı yaşamamak için, değerlere 1 eklendikten sonra logaritması alınmıştır. Hipotezlerin bağlımı ve bağımsız değişkenlere ilişkin kısaltmalar Tablo 2'de, söz konusu kısaltmaların açıklamaları ise aşağıda paylaşılmıştır.

Twitter paylaşımı analizlerinde ise Kariyer Merkezlerinin sosyal medya paylaşımlarının öğrenci işlem sayıları üzerindeki etkisini analiz etmek için aşağıdaki model kullanılmıştır:

$$Ln(Kullanıcı\ İşlem\ Sayısı_i) = SM\ Değişimi + Üniversite\ Türü_i + Üniversite\ Ligi_i + Üniversite\ Bölgesi_i + \varepsilon_i. \quad (2)$$

Modelde i üniversiteyi ifade etmektedir. $Kullanıcı\ İşlem\ Sayısı$ bağımlı değişkendir ve üniversite öğrencilerinin toplam işlem sayısını ifade etmektedir. $SM\ Değişimi$, ilişkisini ölçmek istediğimiz ana bağımsız değişkendir ve sosyal medya paylaşımı öncesi ve sonrasındaki $Kullanıcı\ İşlem\ Sayısı$ndaki değişimi gösterir. Kariyer merkezinin sosyal medya paylaşımı yaptığı günün bir gün öncesi 0, paylaşım yaptığı gün ve bir gün sonrası da 1 değerini almaktadır. $Üniversite\ Türü$, $Üniversite\ Ligi$ ve $Üniversite\ Bölgesi$ değişkenleri sırasıyla üniversitenin türünü, ligini ve üniversitenin yer aldığı 26 istatistiki bölge kontrol etmek için modele eklenmiştir.

Hipotez	Bağımlı Değişken: Kullanıcı (Öğrenci / Mezun)	Bağımsız Değişken: Kariyer Merkezi
H1	Kullanıcı İşlem Sayısı/Toplam kullanıcı Sayısı	KM ve KD İşlem Sayısı
H2	Kullanıcı İşlem Sayısı/Toplam kullanıcı Sayısı	KM İşlem Sayısı
H2.1	Toplam Kullanıcı	İşveren Talebi Onaylama
H2.2	İşveren Listeleme	İşveren Talebi Onaylama
H2.3	İşveren Profili İnceleme	İşveren Talebi Onaylama
H2.4	Toplam Kullanıcı	İş / Staj İlanı Onaylama
H2.5	İş/Staj İlanı İşlemleri	İş / Staj İlanı Onaylama
H2.6	İş / Staj Başvurusu	İş / Staj İlanı Onaylama
H2.7	Toplam Kullanıcı	İşveren Etkinliği Onaylama
H2.8	Etkinlik İşlemleri	İşveren Etkinliği Onaylama
H2.9	Etkinlik Başvurusu	İşveren Etkinliği Onaylama
H2.10	Toplam Kullanıcı	Etkinlik Oluşturma
H2.11	Etkinlik İşlemleri	Etkinlik Oluşturma
H2.12	Etkinlik Başvurusu	Etkinlik Oluşturma
H2.13	Toplam Kullanıcı	Duyuru Oluşturma
H2.14	Duyuru İşlemleri	Duyuru Oluşturma
H3	Kullanıcı İşlem Sayısı/Toplam kullanıcı Sayısı	KD İşlem Sayısı
H3.1	Toplam Kullanıcı	KD Sayısı
H3.2	KD Randevu Talebi	KD Sayısı
H3.3	Toplam Kullanıcı	KD Oturum Oluşturma
H3.4	KD Randevu Talebi	KD Oturum Oluşturma
H3.5	Toplam Kullanıcı	KD Görüşmesi
H3.6	KD Randevu Talebi	KD Görüşmesi
H4	Kullanıcı Çeşitliliği	KM İşlem Sayısı
H4.1	Kullanıcı Çeşitliliği	İşveren Talebi Onaylama
H4.2	İşveren Listeleyenlerin Çeşitliliği	İşveren Talebi Onaylama
H4.3	Profil İnceleyenlerin Çeşitliliği	İşveren Talebi Onaylama
H4.4	Kullanıcı Çeşitliliği	İş / Staj İlanı Onaylama
H4.5	İş/Staj İşlemi Yapanların Çeşitliliği	İş / Staj İlanı Onaylama
H4.6	İş / Staja Başvuranların Çeşitliliği	İş / Staj İlanı Onaylama
H4.7	Kullanıcı Çeşitliliği	İşveren Etkinliği Onaylama
H4.8	Etkinlik İşlemi Yapanların Çeşitliliği	İşveren Etkinliği Onaylama
H4.9	Etkinliğe Başvuranların Çeşitliliği	İşveren Etkinliği Onaylama
H4.10	Kullanıcı Çeşitliliği	Etkinlik Oluşturma
H4.11	Etkinlik İşlemi Yapanların Çeşitliliği	Etkinlik Oluşturma
H4.12	Etkinliğe Başvuranların Çeşitliliği	Etkinlik Oluşturma
H4.13	Kullanıcı Çeşitliliği	Duyuru Oluşturma
H4.14	Duyuru İşlemi Yapanların Çeşitliliği	Duyuru Oluşturma
H5	Kullanıcı İşlem Sayısı	SM Değişimi

Tablo 2: Hipotez sınamalarında kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler

Tablo 2'de "Bağımlı Değişken" bölümündeki:

- Kullanıcı İşlem Sayısı: Gerçekleştirilen toplam işlem sayısını, dolayısıyla kullanım yoğunluğunu,
- Toplam Kullanıcı: kullanıcıların toplam sayısını (kayıt sayısını),
- İşveren Listeleme: Platformda işverenlerin topluca yer aldığı listenin incelenme sayısını,
- İşveren Profili İnceleme: İşverenlerin detaylı bilgilerinin yer aldığı profilin incelenme sayısını,
- İş / Staj İlanı İşlemleri: İş / staj ilanları ile ilgili yapılan tüm işlemlerin toplam sayısını (iş / staj ilanlarına başvurulması, daha önce yapılan başvuruların görüntülenmesi, başvurunun iptal edilmesi, tüm ilanların yer aldığı listenin görüntülenmesi, liste içinde detaylı arama yapılması, ilanların detaylarının incelenmesi, tarihi geçmiş ilanların incelenmesi, ilan arama kriteri kaydedilmesi, kayıtlı kriterin kullanılması ve kayıtlı kriterin silinmesi)
- İş / Staj Başvurusu: İş / staj ilanlarına yapılan başvuru sayısını
- Etkinlik İşlemleri: Etkinlik ilanları ile ilgili yapılan tüm işlemlerin toplam sayısını (Etkinlik ilanlarına başvurulması, daha önce yapılan başvuruların görüntülenmesi, başvurunun iptal edilmesi, tüm etkinliklerin yer aldığı listenin görüntülenmesi, etkinliğin detaylarının incelenmesi, liste içinde detaylı arama yapılması, kariyer fuarı kapsamında düzenlenen kariyer etkinliklerinin görüntülenmesi)
- Etkinlik Başvurusu: Etkinlik ilanlarına yapılan başvuru sayısını
- Duyuru İşlemleri: Duyurular ile ilgili yapılan tüm işlemlerin toplam sayısını (tüm etkinliklerin yer aldığı duyuru listesinin görüntülenmesi, duyurunun detaylarının görüntülenmesi, tarihi geçmiş duyuruların görüntülenmesi)
- KD Randevu Talebi: Kariyer danışmanlarından talep edilen toplam randevu sayısını

ifade eden kullanıcı işlemleridir.

- Kullanıcı Çeşitliliği: platformdaki tüm kullanıcıların
- İşveren Listeleyenlerin Çeşitliliği: "İşveren Listeleme" işlemi yapan kullanıcıların
- Profil İnceleyenlerin Çeşitliliği: "İşverenin Profilinin İnceleme" işlemi yapan kullanıcıların
- Etkinlik İşlemi Yapanların Çeşitliliği: "Etkinlik İşlemi" yapan kullanıcıların
- Etkinliğe Başvuranların Çeşitliliği: "Etkinlik Başvurusu" yapan kullanıcıların
- İş / Staj İşlemi Yapanların Çeşitliliği: "İş / Staj İlanı İşlemleri" yapan kullanıcıların
- İş / Staja Başvuranların Çeşitliliği: "İş / Staj Başvurusu" yapan kullanıcıların
- Duyuru İşlemi Yapanların Çeşitliliği: "Duyuru İşlemi" yapan kullanıcıların

kaç farklı bölümden geldiğini ifade etmektedir.

Tablo 2'de "Bağımız Değişken" Bölümündeki;

- KM ve KD İşlem Sayısı: "Kariyer Danışmanları (KD)" ve "Deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetlerinden sorumlu kariyer merkezlerinin diğer personeli (KM)" tarafından gerçekleştirilen toplam işlem sayısını
- KM İşlem Sayısı: Deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetlerinden sorumlu personel tarafından gerçekleştirilen toplam işlem sayısını
- KD İşlem Sayısı: Kariyer Danışmanları tarafından gerçekleştirilen toplam işlem sayısını
- İşveren Talebi Onaylama: İşverenlerden platformu kullanmak üzere gelen taleplerinin onaylanma, dolayısıyla platformdaki işveren sayısını
- İş / Staj İlanı Onaylama: İşverenler tarafından platforma girilen iş / staj ilanlarının onaylanma (başvuruya açılan iş / staj ilanı) sayısını
- İşveren Etkinliği Onaylama: İşverenler tarafından platforma girilen kariyer etkinliklerinin onaylanma (başvuruya açılan işveren kariyer etkinliği) sayısını
- Etkinlik Oluşturma: Kullanıcılar için düzenlenen kariyer etkinliklerinin sayısını (başvuruya açıl kariyer merkezi kariyer etkinliği) sayısını
- Duyuru Oluşturma: Kullanıcıları ilgilendiren konular ile ilgili paylaşılan duyuru sayısını
- KD Sayısı: Kullanıcılara danışmanlık vermek üzere platforma tanımlanan Kariyer Danışmanı sayısını
- KD Oturum Oluşturma: Kariyer Danışmanlarının kullanıcıların randevu talep edebilmesi için açtığı görüşme oturumu (randevu talep edilebilecek oturum) sayısını
- KD Görüşmesi: Kariyer Danışmanlarının gerçekleştirdiği görüşme sayısını

ifade etmektedir.

- SM Değişimi: Kariyer merkezlerinin Twitterdan gönderi paylaşmadan önce 0 değerini aldan, paylaşım yapılan gün ve paylaşım yapılan günü takip eden gün 1 değerini alan kukla bir değişkendir. Kariyer merkezlerinin paylaşım yapmadan önce ve yaptıktan sonra öğrenci ve mezunların DKP'yi kullanım sayılarındaki farkı ölçmek kullanılır.

6. BULGULAR

6.1 Betimleyici Bulgular

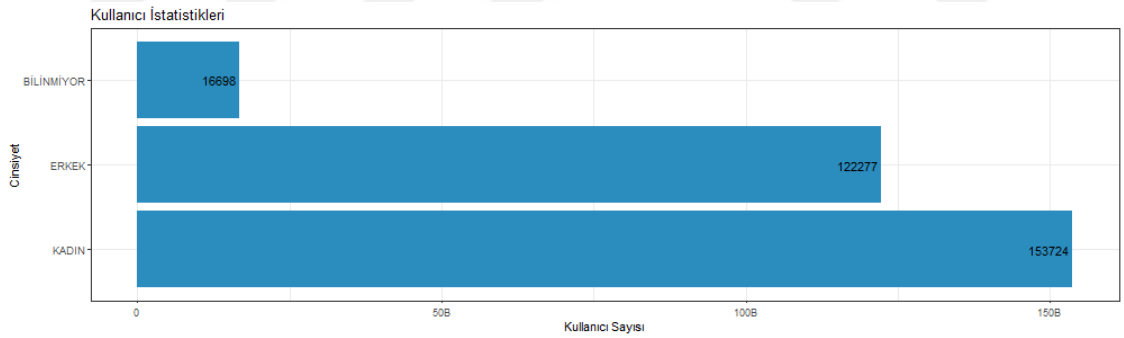
Bu bölümde, DKP'ye kayıtlı olan ve 16.05.2020 ve 04.12.2020 tarihleri arasında DKP'yi kullanan 292.699 üniversite öğrencisi / mezununa ait verilerin betimleyici analizlerinin sonuçları paylaşılacaktır.

6.1.1 Kullanıcılara İlişkin İstatistikler

6.1.1.1. Cinsiyet ve Yaş Bilgileri

Kayıtlı 292.699 kullanıcıdan 102.906 kişi (%35,16) platforma cinsiyet bilgisini kaydetmiş olup bunlardan 56.758 tanesi (%19,39) kadın, 46.148 tanesi (%15,77) erkektir. Kullanıcıların cinsiyet bilgilerine ilişkin daha net yorum yapabilmek üzere cinsiyetini belirtmeyen adayların isimleri üzerinden sözlük taraması yapılarak cinsiyetini belirtmemiş 189.793 (%64,84) adaylara ilişkin cinsiyet tespiti yapılması yoluna gidilmiştir. Ancak; 16.698 (%5,70) kişinin her iki cinsiyet için de kullanılabilecek isimler taşıması ya da söz konusu isimlere ilişkin bilgilerin sözlükte yer almaması nedeni ile bu kullanıcıların cinsiyetleri tahmin edilememiştir. Sözlük taraması ile cinsiyetleri belirlenen adayların da dâhil edilmesi ile kullanıcılardan 153.724 adedinin (%52,52) kadın 122.277 adedinin (%41,78) erkek olduğu öngörülmüştür.

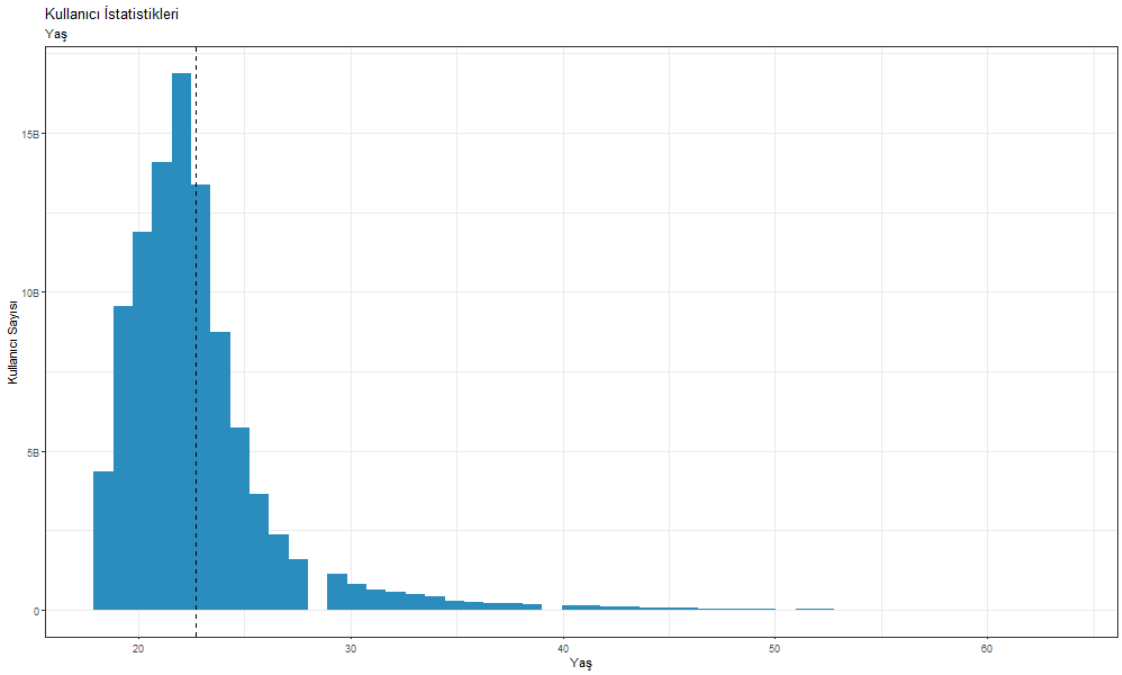
Yaş dağılımı Grafik 1'de paylaşılmıştır.



Grafik 1: Kullanıcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Kullanıcıların yaşları incelendiğinde 292.699 kullanıcıdan 194.598'inin doğum tarihi bilgilerini paylaşmadığı görülmüştür. Doğum tarihleri bilinen 98.101 kullanıcının (%33.52) yaşlarının ise 18 ile 63 arasında dağıldığı, yaş ortalamasının ise 22.71 olduğu tespit edilmiştir.

Yaş dağılımı Grafik 2'de paylaşılmıştır.

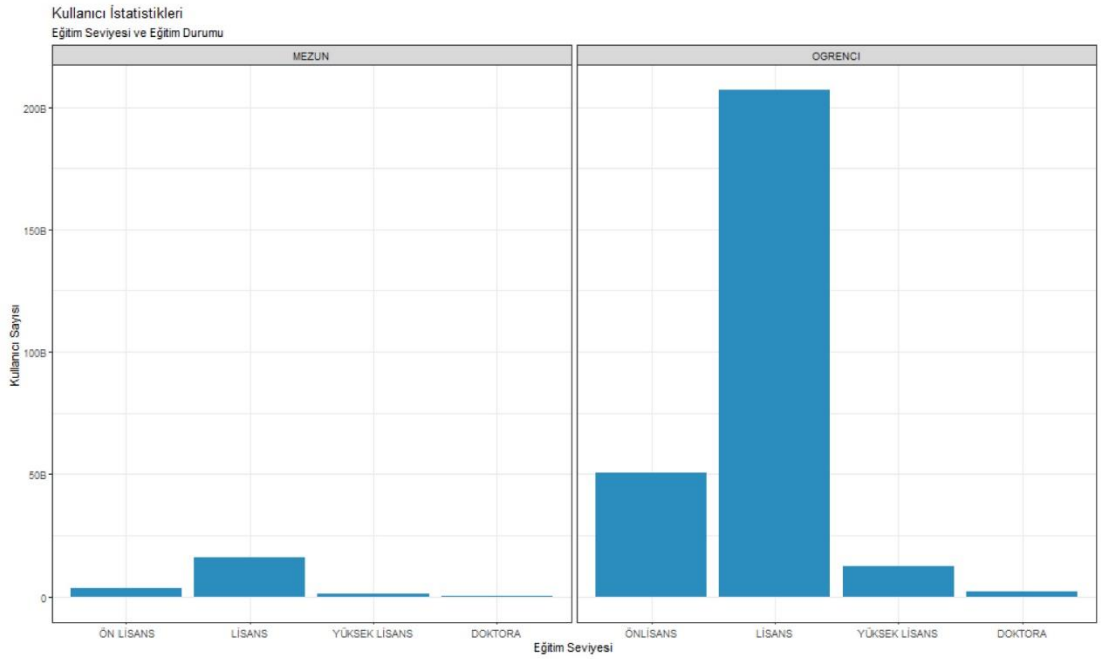


Grafik 2: Kullanıcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

6.1.1.2. Eğitim Seviyesi ve Mezuniyet Bilgileri

Kullanıcıların 20.839'unun (%7,12) mezun durumda, 271.860'ının (%92,88) ise hala öğrenci olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu kullanıcıların eğitim seviyesi incelendiğinde ise mezun durumundaki 20.839 kişiden; 3.565'inin (%17,11) ön lisans, 16.180'inin (%77,64) lisans, 1.008'inin (%4,84) yüksek lisans ve 86'sının (%0,41) doktora mezunu olduğu görülmüştür. Öğrencilerin eğitim seviyesi incelendiğinde ise 271.860 kişiden; 50.776'sının (%18,68) ön lisans, 206.817'sinin (%76,07) lisans, 12.399'unun (%4,56) yüksek lisans ve 1.868'inin (%0,69) doktora öğrencisi mezunu olduğu tespit edilmiştir. Sisteme en çok kayıt olan kullanıcıların ise 206.817 kişi (%76,07) ile lisans eğitimine devam eden öğrenciler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Eğitim Seviyesi ve Öğrencilik Durumlarına ilişkin grafikler, Grafik 3'te paylaşılmıştır.

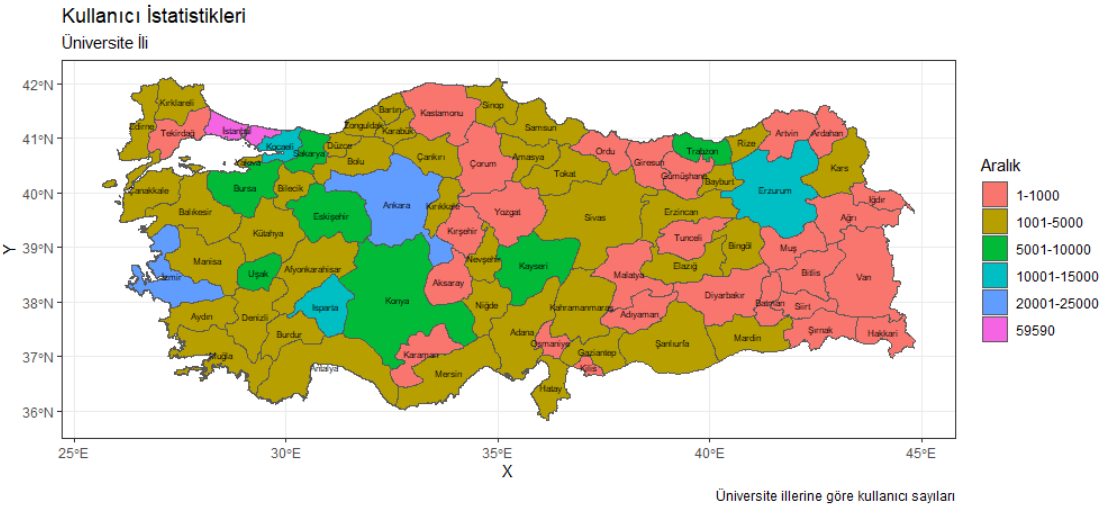


Grafik 3: Kullanıcıların Eğitim Seviyelerine ve Mezuniyet Durumlarına Göre Dağılımı

6.1.1.3. Üniversite Bilgileri

Kullanıcıların; üniversitelerinin bulunduğu iller incelendiğinde; İstanbul 59.590 kullanıcı (%20.36) ile ilk sırada yer almaktadır. Ankara 24.921 kullanıcı (%8,51) ile 2., İzmir ise 20.977 kullanıcı (%7.17) ile 3 sıradadır. 187.693 kullanıcı (%63,96) ise diğer 78 ile dağılmaktadır.

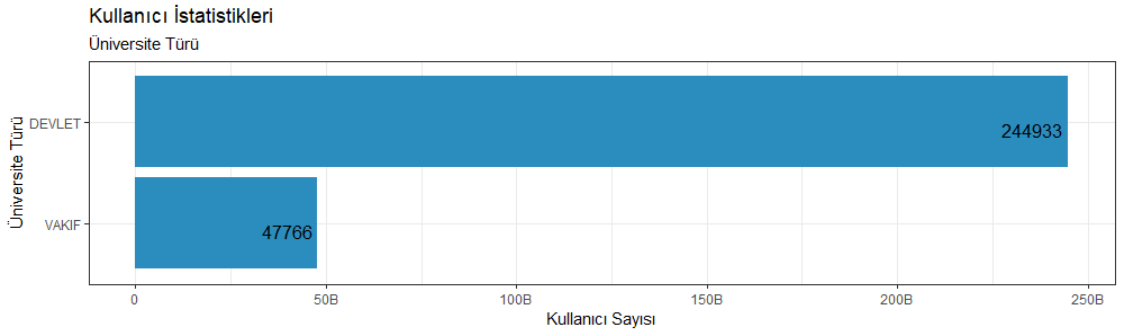
Kullanıcıların üniversitelerinin bulunduğu illere göre dağılımı Grafik 4'te paylaşılmıştır.



Grafik 4: Kullanıcıların Üniversitelerinin Bulunduğu İllere Göre Dağılımı

Kayıtlı 292.699 kullanıcının üniversite türleri incelendiğinde 244.933 kullanıcının (%83,68) Devlet, 47.766 kullanıcın (%16,32) Vakıf üniversitelerinde öğrenci/mezun durumunda olduğu tespit edilmiştir.

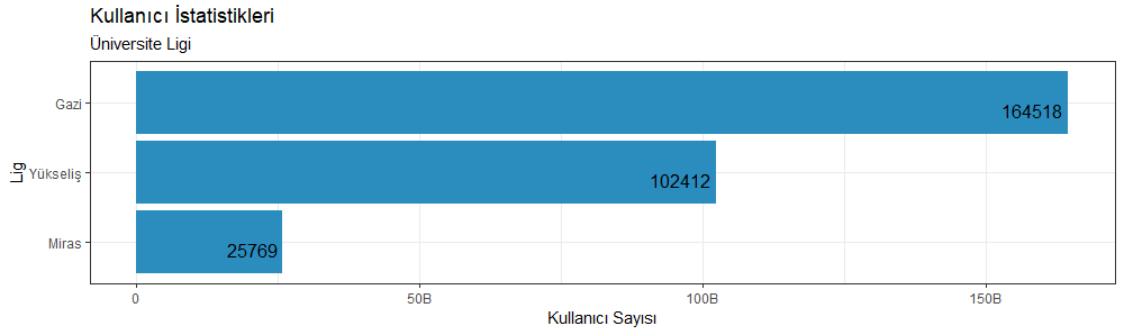
Kullanıcıların üniversite türüne göre dağılım bilgisi Grafik 5'te sunulmuştur.



Grafik 5: Kullanıcıların Üniversite Türlerine Göre Dağılımı

Gazi Ligi, 164.518 kullanıcı (%56,21) ile üniversite liglerine göre dağılımda ilk sırada yer alırken, Yükseliş Ligi 102.412 kullanıcı (%34,99) ile ikinci, Miras Ligi ise 25.769 kullanıcı (%8,80) ile üçüncü sırada yer almıştır.

Kullanıcıların üniversite liglere göre dağılımı Grafik 6'da paylaşılmıştır.

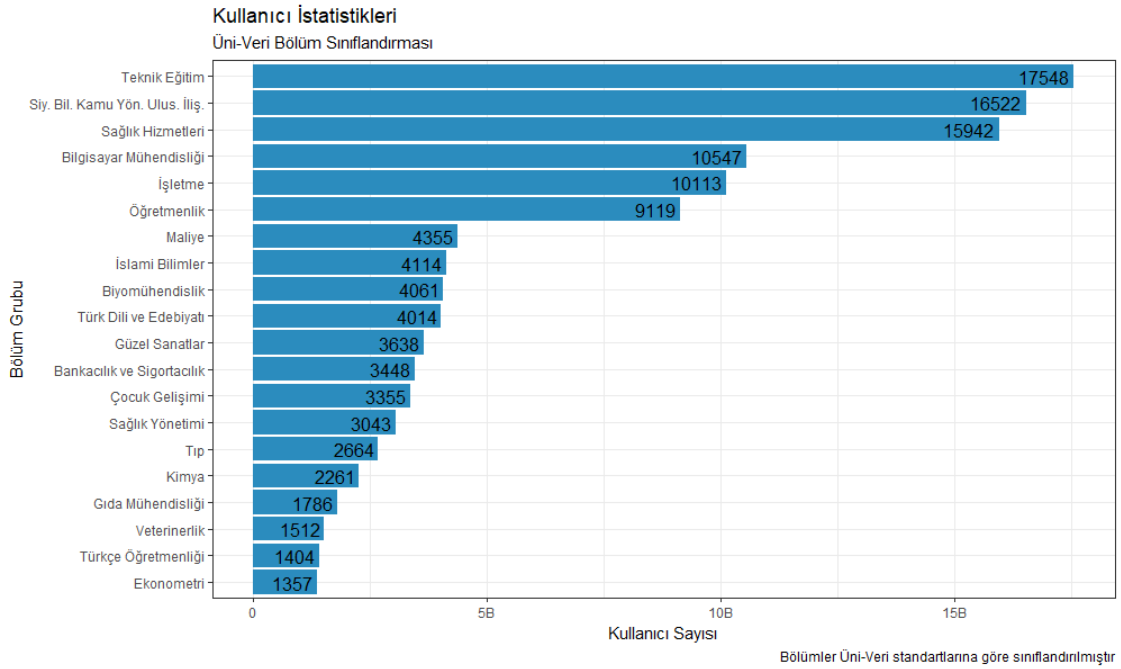


Grafik 6: Kullanıcıların Üniversite Liglerine Göre Dağılımı

6.1.1.4. Bölüm Bilgileri

Bölümlere ilişkin veriler CBİKO tarafından yapılan 2020 yılı Üni-Veri araştırmasında kullanılan bölüm sınıflandırmasına (Ek 2'de paylaşılmıştır) göre incelenmiştir. Söz konusu sınıflandırmaya göre, 17.548 kişi ile "Teknik Eğitim" grubunun en çok kullanıcıya sahip olduğu ve bu kullanıcıların tüm sistem kullanıcıların %6'sını oluşturduğu görülmüştür. Teknik Eğitim'i 16.522 kişi ile (%5,65) Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi- Uluslararası İlişkiler grubu ve 15.942 kişi ile (%5,45) Sağlık Hizmetleri grubu izlemiştir.

Üni-Veri çalışmasında kullanılan 80 bölüm sınıfına göre en çok kullanıcısı bulunan ilk 20 bölüm grubu Grafik 7'de paylaşılmıştır.



Grafik 7: Kullanıcıların Üni-Veri Bölüm Sınıflandırmasına Göre Dağılımı

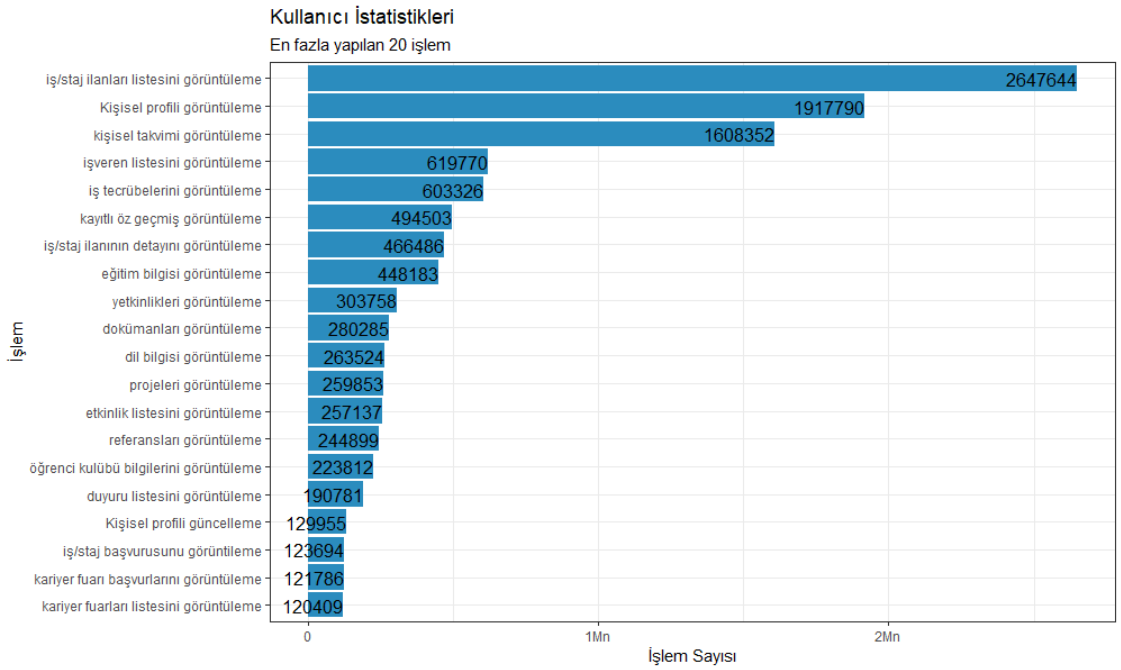
6.1.1.5. İşlem Bilgileri

İncelen zaman aralığında kullanıcıların sistem üzerinde toplam 12.256.837 işlem yaptığı tespit edilmiş ve kullanıcılar tarafından gerçekleştirilen işlemlerin incelemesi 4 grupta gerçekleştirilmiştir.

En Çok Gerçekleştirilen İşlemler

Başvuruya açılan iş / staj ilanlarının incelenmesi 2.647.644 işlem ile (%21,60), kullanıcıların en çok yaptığı işlemdir. Bunu 1.917.790 işlem (%15,65) ile kullanıcıların kendi profilini incelemesi ve 1.608.352 işlem ile (%13,12) kendi etkinlik, fuar ve danışman randevularını görüntüleyebildikleri randevu takvimlerinin görüntülemesi izlemiştir.

Kullanıcılar tarafından en çok gerçekleştirilen 20 işleme ilişkin bilgiler Grafik 8'de paylaşılmıştır.

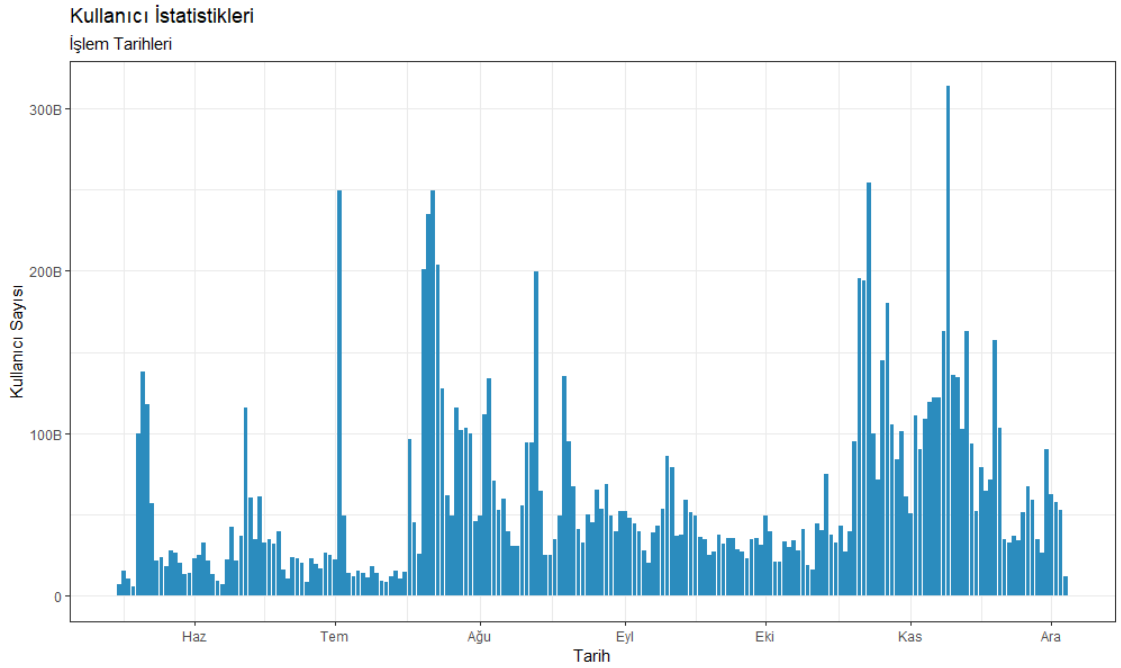


Grafik 8: Kullanıcıların En Çok Gerçekleştirdiği İşlemler

En Çok İşlem Gerçekleştirilen Tarihler

Kullanıcılar tarafından sistemin en çok hangi dönemde kullanıldığını tespit etmek için, kullanıcıların işlem tarihleri incelenmiştir. İncelemelerde belirli bir zaman aralığında yoğunlaşma tespit edilememiş, sistemin kullanımında süreklilik olduğunu göstermiştir.

Tarihlere göre gerçekleştirilen işlem sayılarına ilişkin bilgiler Grafik 9'da paylaşılmıştır.

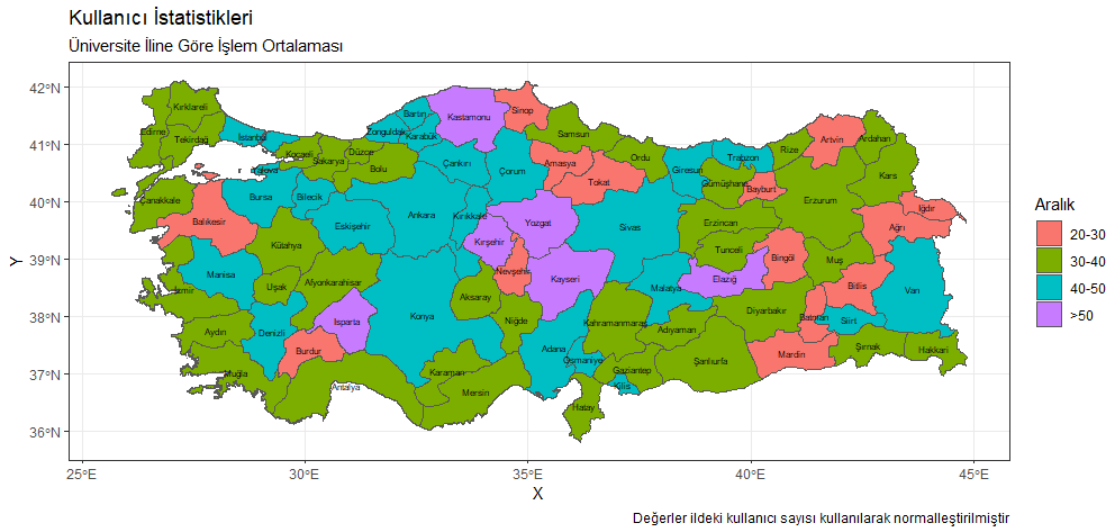


Grafik 9: Kullanıcıların İşlem Tarihleri Dağılımı

En Aktif Kullanıcıların İllere Göre Dağılımları

Kullanıcıların ortalama işlem sayısının, ülke genelinde, 41,88 olduğu tespit edilmiştir. İşlem sayılarına ilişkin veriler il bazında incelenirken, kullanıcıların yaptığı işlemler, ildeki kullanıcı sayısı ile normalleştirilmiştir. Ortalaması 50'nin üzerinde olan illerin sırası ile 108,53 ile Isparta, 63.18 ile Kayseri, 52,71 ile Kırşehir, 51,78 Kastamonu ve 50,04 ile Elazığ olduğu görülmüştür.

Kullanıcıların işlem ortalamalarının illere göre dağılımı Grafik 10'da paylaşılmıştır.

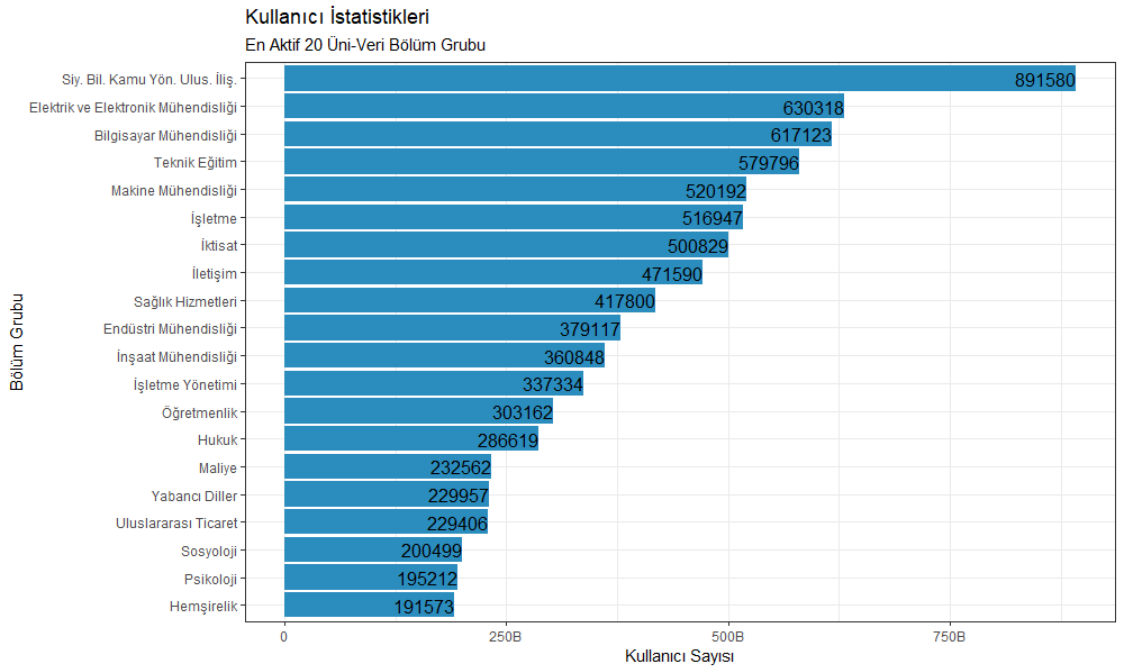


Grafik 10: Kullanıcıların İşlem Ortalamalarının İllere Göre Dağılımı

En Aktif Kullanıcıların Bölümlere Göre Dağılımları

En çok işlem yapan kullanıcıların, Üni-Veri Bölüm Gruplarına göre dağılımları incelendiğinde ise; en aktif kullanıcıların 891.580 işlem (%7,27) ile "Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi ve Uluslararası İlişkiler Bölüm grubundan olduğu görülmüştür. Bu grubu 630.318 işlem (%5,14) ile Elektrik ve Elektronik Mühendisliği grubu izlemiştir. En aktif bölümler sıralamasında Bilgisayar Mühendisliği grubu ise 617.123 işlem ile (%5,03) üçüncü sırada yer almıştır. Teknik Eğitim (579.796 işlem ile %4,73) ve Makine Mühendisliği (520.192 işlem ile %4,24) 4. ve 5. sıralarda yer almıştır.

DKP'deki en aktif kullanıcıların Üni-Veri bölüm sınıflandırmasına göre dağılımları Grafik 11'de paylaşılmıştır.



Grafik 11: En Aktif Kullanıcıların Üni-Veri Bölüm Gruplarına Göre Dağılımları

6.1.2. Kariyer Merkezlerine İlişkin Genel İstatistikler

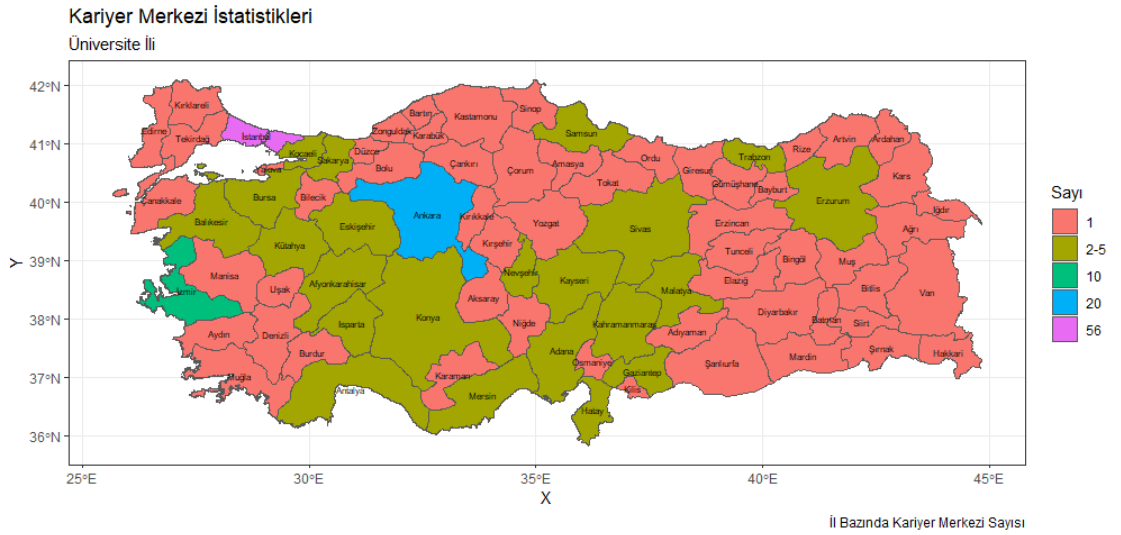
Aralık 2020 tarihi itibari ile Türkiye'de 207 üniversiteden 201'inin öğrencisi bulunmaktadır[36] ve DKP bu üniversitelerin kariyer merkezlerince kullanılmaktadır (CBİKO, 2020a). Söz konusu kariyer merkezlerine DKP kullanımlarına ilişkin istatistiki bilgiler aşağıda detaylandırılmıştır.

6.1.2.1. Üniversite Bilgileri

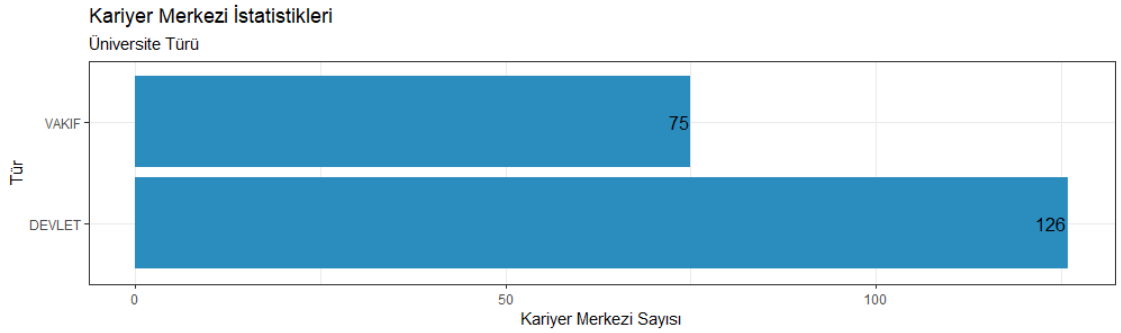
Öğrencisi bulunan tüm üniversitelerde kariyer merkezi de bulunduğundan bu bölümde paylaşılan verileler ülkemizdeki kariyer merkezlerine ilişkin genel durumu da ifade etmektedir.

Kariyer merkezlerinin illere göre dağılımı Grafik 12'de, türüne ve liglere göre kariyer merkezlerinin dağılımları ise Grafik 13 ve Grafik 14'te paylaşılmıştır.

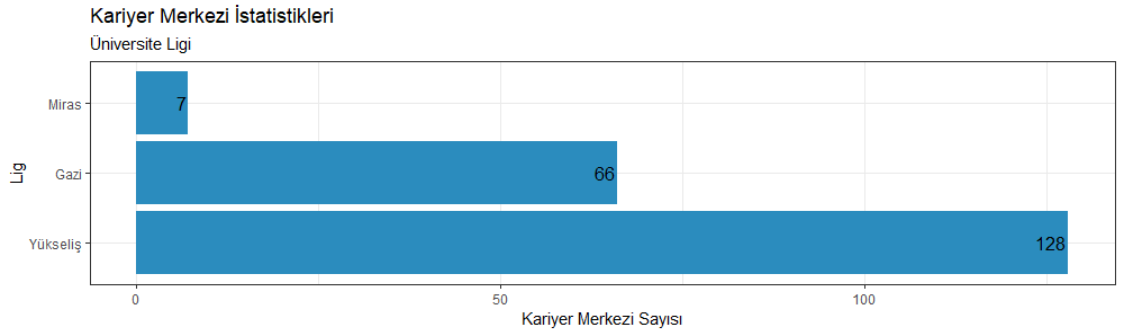
[36] https://www.yok.gov.tr/universiteler/universitelerimiz



Grafik 12: Kariyer Merkezlerinin İllere Göre Dağılımı



Grafik 13: Kariyer Merkezlerinin Üniversite Türü Göre Dağılımı

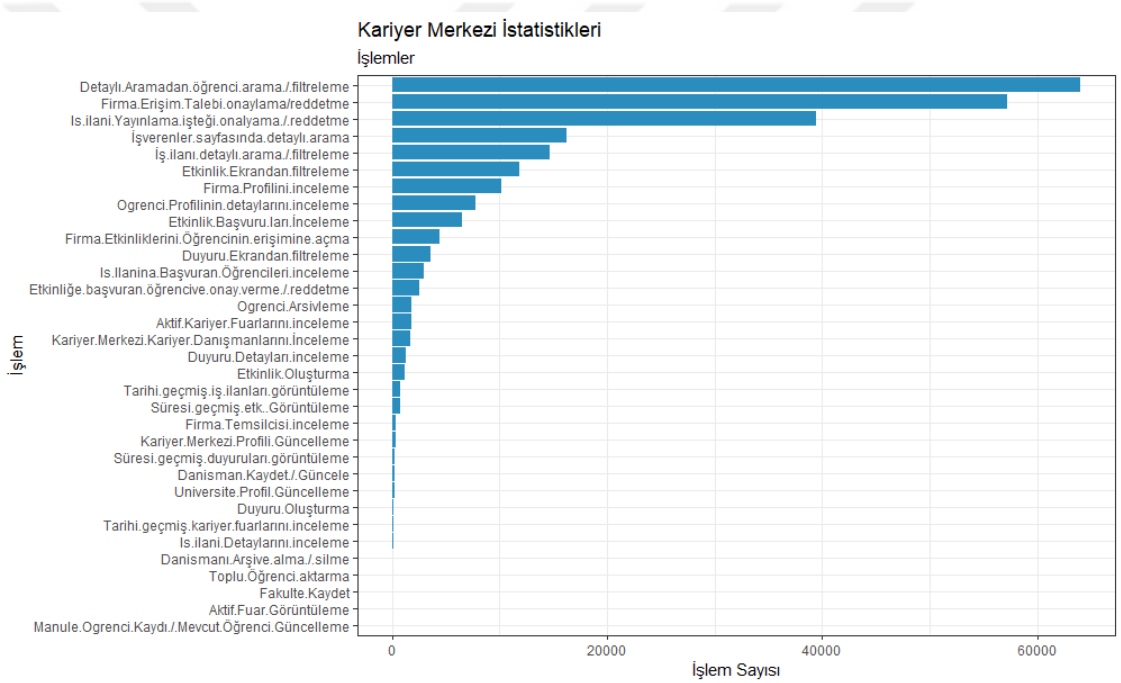


Grafik 14: Kariyer Merkezlerinin Üniversite Ligine Göre Dağılımı

6.1.2.2. İşlem Bilgileri

Kariyer merkezilerinin DKP üzerinden, deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetlerine ilişkin, toplam 252.843 işlem yaptığı tespit edilmiştir. Bu işlemler incelendiğinde ilk sırada 64.042 işlem sayısı (%25,33) ile kullanıcı havuzunda yapılan detaylı arama ile kullanıcılara ilişkin bilgilerin incelenmesi olduğu görülmüştür. İkinci sırada, 57.240 işlem ile (%22,64) firmalardan gelen kullanım taleplerinin onaylanarak ya da reddedilerek cevaplanması yer almaktadır. Üçüncü sırada ise 39.413 işlem ile (%15,59) kullanım talepleri onaylanmış işverenlerin platforma girdiği iş / staj ilanlarının incelenip öğrencilerin başvurusuna açılması veya reddedilmesinin geldiği tespit edilmiştir.

Kariyer Merkezleri tarafından DKP üzerinden yapılan işlemlerin sayısına ilişkin bilgiler Grafik 15'te sunulmuştur.



Grafik 15: Kariyer Merkezleri Tarafından En Çok Yapılan İşlemler

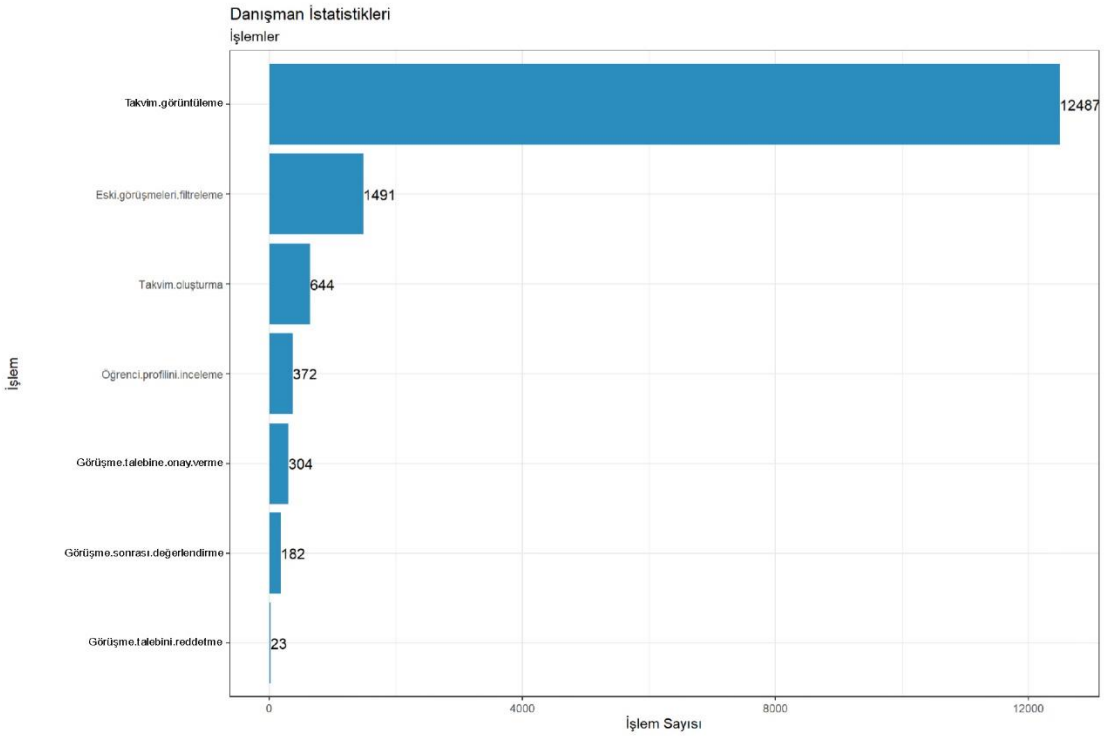
6.1.3. Kariyer Danışmanlığına İlişkin İstatistikler

DKP'ye kariyer merkezleri tarafından tanımlanmış 58 kariyer danışmanı bulunmaktadır. Bunlardan 52 tanesi (%89,65) kariyer merkezinin tanımlamasını takiben e-posta adresine gönderilen doğrulama linkine tıklayarak platform şifresini oluşturmuştur. Platforma tanımlanan kariyer danışmaları DKP'de toplam 15.503 işlem gerçekleştirmiştir. Kariyer danışmanları tarafından sistemde gerçekleştirilen işlemler, kariyer merkezlerinin tüm kullanıcıları tarafından gerçekleştirilen işlemlerin %4,01'ini oluşturmaktadır.

6.1.3.1 En Çok Yapılan İşlemler

Kariyer danışmanlarının; DKP'de yaptıkları tüm işlemlerin %80.56'sını oluşturur şekilde; 12.487 defa kendi takvimlerini görüntülediği tespit edilmiştir. Bu işlemi 1.491 işlem (%9.62) ile "eski görüşmeleri görüntüleme" 644 işlem ile (%4.15) öğrencilerin erişebileceği bir "randevu takvimi oluşturma" takip etmektedir.

Kariyer danışmanlarının sistemde yaptığı işlemlere ilişkin bilgiler Grafik 16'da paylaşılmıştır.



Grafik 16: Kariyer Danışmanlarının En Çok Yaptığı İşlemler

6.1.3.2 Oluşturulan Görüşme Oturumu Sayısı

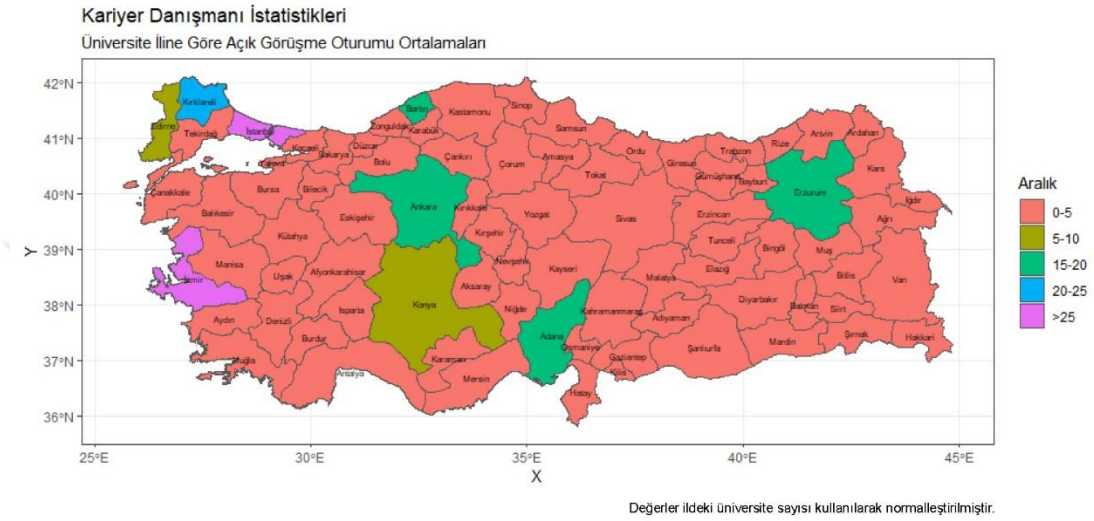
Sistemde, 12 farklı ildeki üniversitenin kariyer danışmanları tarafından toplam 644 başvuruya açık görüşme oturumu oluşturulduğu, diğer illerdeki kariyer danışmanlarının ise hiç oturum oluşturmadığı tespit edilmiştir.

Kullanıcılara kariyer danışmanlığı vermek üzere oturum oluşturan kariyer merkezlerini incelemek için, oturum sayısı, ilde bu işlemi yapan üniversite sayısına bölünerek normalleştirilmiş, ildeki her bir üniversite için başvuruya açık ortalama görüşme oturum sayısı elde edilmiştir.

Bu doğrultuda; ortalama 56 farklı görüşme oturumu oluşturarak en çok İzmir'deki üniversitelerin kariyer danışmanlarının kullanıcıların görüşme talebinde bulunmasına imkân verdiği tespit

edilmiştir. Bunu, ortalama 23 adet oturum sayısı ile Kırklareli'ndeki üniversitelerin kariyer danışmanları izlemiştir. Söz konusu iki ili sırası ile 19 ortalama ile Adana, 18,5 ortalama ile Erzurum'da bulunan üniversitelerin kariyer danışmanlarının takip ettiği görülmüştür.

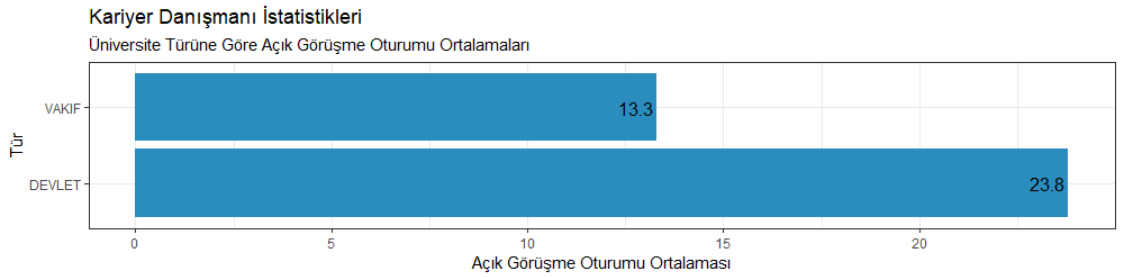
Farklı illerde bulunan her bir üniversitenin kariyer danışmanlarının oluşturduğu ortalama oturum sayısına ilişkin dağılım Grafik 17'de paylaşılmıştır.



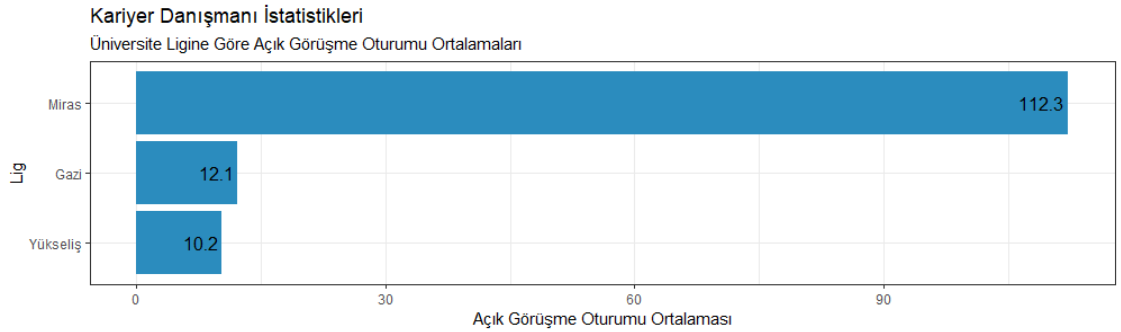
Grafik 17: Kariyer Danışmanlarınca Oluşturulan Ortalama Oturum Sayısının İle Göre Dağılımı

Kariyer danışmanlığı almak isteyen öğrenci ve mezunlar için görüşme oturumu oluşturan kariyer danışmanlarının üniversite türü ve ligine göre incelemesinde, açılan oturum sayısı ilgili kategorideki üniversite sayısına bölünerek normalleştirilmiştir. Bu doğrultuda devlet üniversitelerindeki kariyer danışmanlarının ortalama 23,81 adet oturum oluşturduğu, vakıf üniversitelerinde kariyer danışmanlarının için ise bu sayının ortalama 13,33 olduğu görülmüştür. Aynı inceleme üniversite ligine göre yapıldığında ise açılan ortalama oturum sayılarının sırasıyla, Miras Ligi için 112,33, Gazi Ligi için 12,10 ve Yükseliş Ligi için 10,24 olduğu tespit edilmiştir.

İlgili değerler Grafik 18 ve Grafik 19'da paylaşılmıştır.



Grafik 18: Kariyer Danışmanlarınca Oluşturulan Ortalama Oturum Sayısının Üniversite Türüne Göre Dağılımı



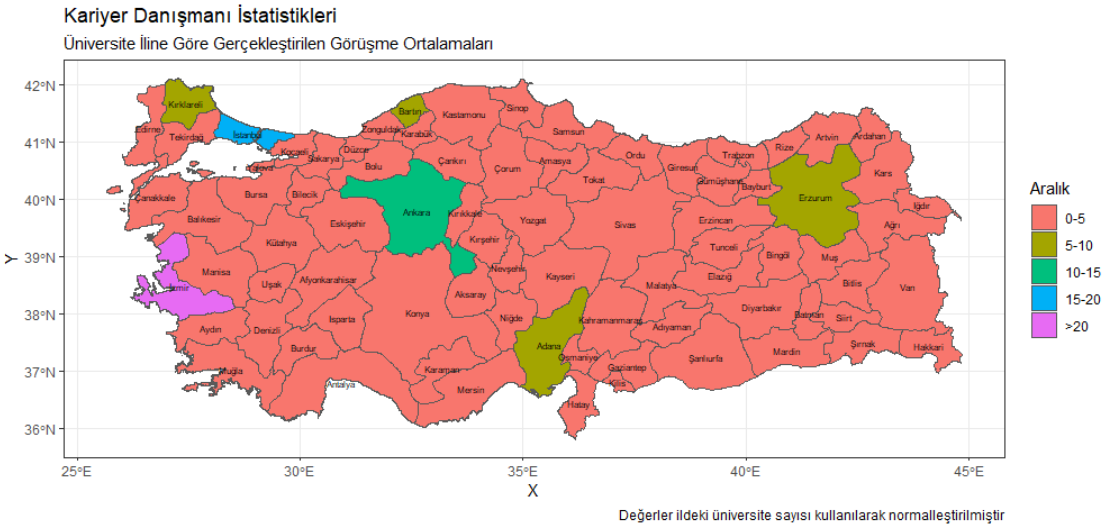
Grafik 19: Kariyer Danışmanlarınca Oluşturulan Ortalama Oturum Sayısının Üniversite Ligine Göre Dağılımı

6.1.3.3 Kullanıcılardan gelen taleplere yapılan dönüşler

Kariyer danışmanları tarafından oluşturulan 644 adet görüşme oturumu üzerinden kullanıcılar 327 randevu talebinde bulunmuştur. Danışmanların ise; bu taleplerin 304 adet adedini (%92,97) onayladığı, 23 adedini (%7,03) reddettiği görülmüştür.

Gerçekleştirilen görüşme sayılarının ildeki üniversite sayısından etkilenmemesi için, görüşme sayıları ildeki üniversite sayısı kullanılarak normalleştirilmiştir. Onaylanan randevuların il bazında normalleştirilmiş değerleri incelendiğinde ise; en çok danışmanlık görüşmesi gerçekleştirenlerin, 25 ortalama ile İzmir'deki kariyer danışmanları olduğu tespit edilmiştir. İzmir'i sırasıyla; 15,62 görüşme ile İstanbul'daki ve 12 görüşme ortalaması ile Ankara'daki kariyer danışmanları izlemiştir.

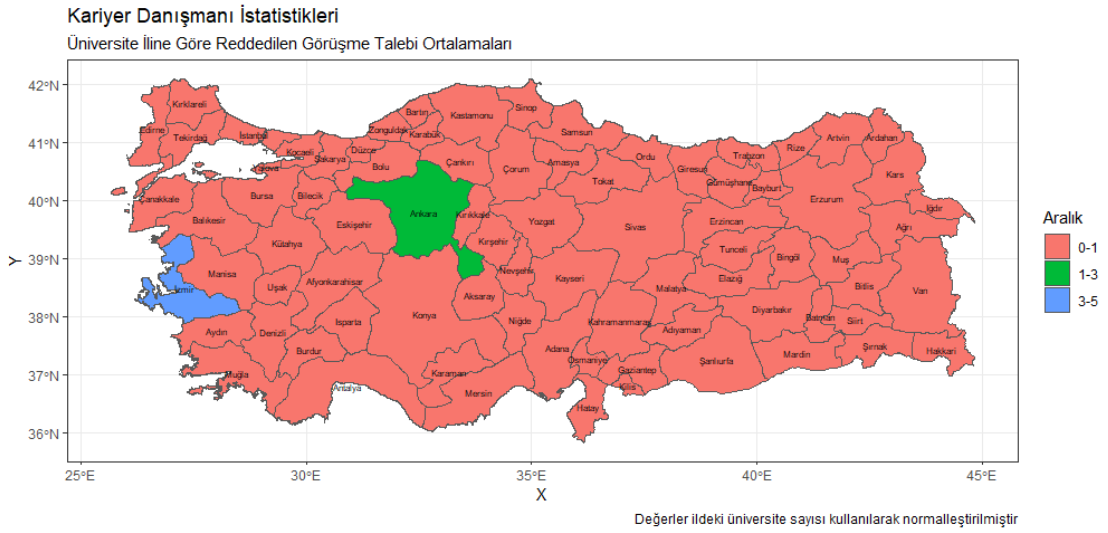
Kariyer danışmanları tarafından onaylanan randevu taleplerinin il bazında üniversite sayısına göre normalleştirilmiş değerleri Grafik 20'de paylaşılmıştır.



Grafik 20: Kariyer Danışmanlarınca Gerçekleştirilen Ortalama Görüşme Sayısının İle Göre Dağılımı

Kariyer danışmanları tarafından, aynı tarih aralığında, reddedilen randevu taleplerinin illere göre normalleştirilmiş değerleri de incelenmiştir. Gelen randevu taleplerinin, ortalama 5 adedini reddederek en çok İzmir'deki kariyer danışmanlarının geri çevirdiği, İzmir'i sırasıyla 3 ret ortalaması ile Ankara'daki ve 1 ret ortalaması ile Bartın ve Kırklareli'ndeki kariyer danışmanlarının takip ettiği görülmüştür.

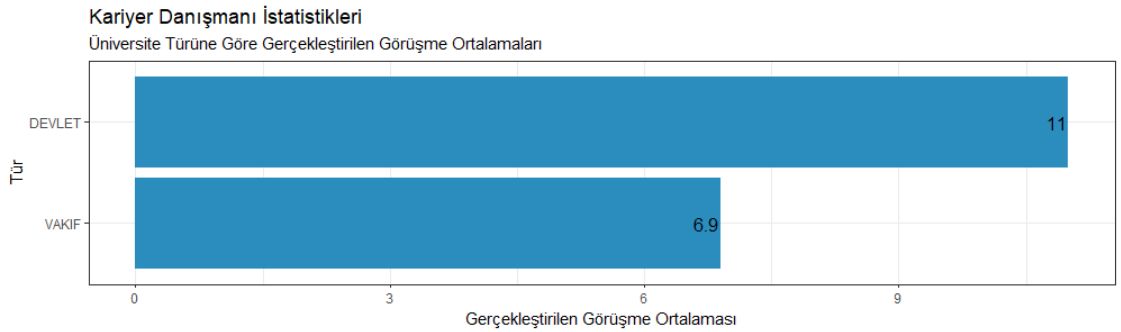
İşlemlerinin il bazında normalleştirilmiş değerleri Grafik 21'de paylaşılmıştır.



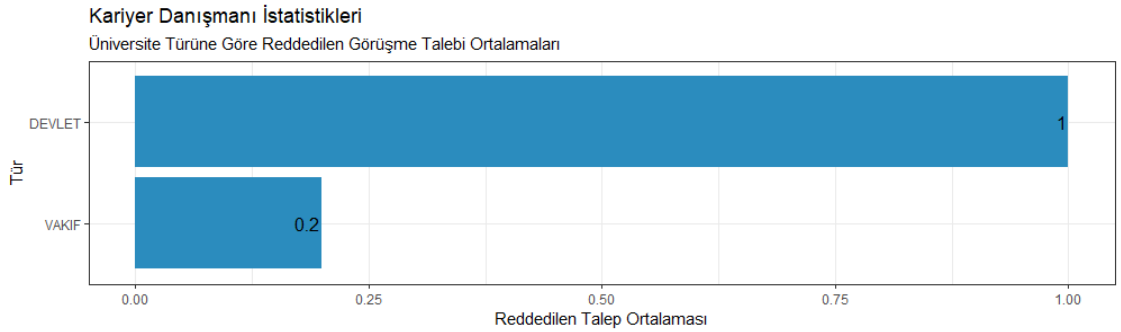
Grafik 21: Kariyer Danışmanlarınca Reddedilen Randevu Talebi Ortalamasının İllere Göre Dağılımı

Kariyer danışmanlarının, kullanıcıların randevu taleplerine ilişkin cevaplarının normalleştirilmiş değerleri, üniversite türüne göre incelendiğinde; Devlet üniversitelerinin ortalama 11 görüşme gerçekleştirdiği, gelen randevu taleplerini reddetme ortalamasının ise 1 olduğu görülmüştür. Vakıf üniversitelerinde ise; ortalama 6,9 görüşme gerçekleştirilirken, gelen taleplerin ortalama 0,2'si reddedilmiştir.

İlgili dağılımlar Grafik 12 ve Grafik 23'te paylaşılmıştır.



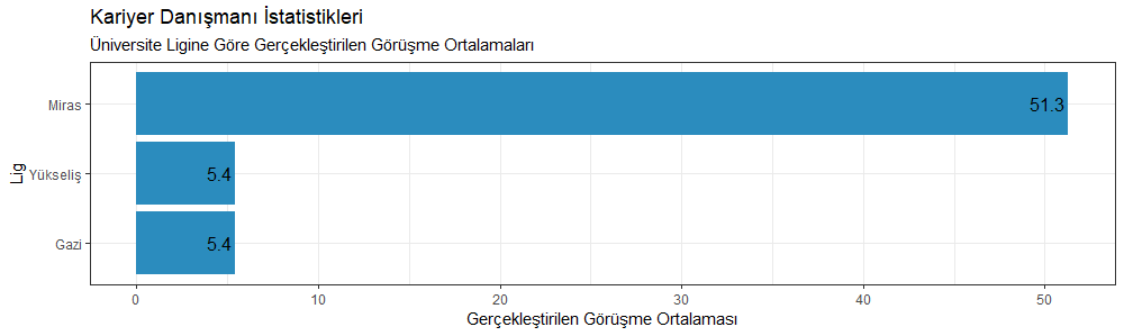
Grafik 22: Kariyer Danışmanlarınca Gerçekleştirilen Ortalama Görüşme Sayısının Üniversite Türüne Göre Dağılımı



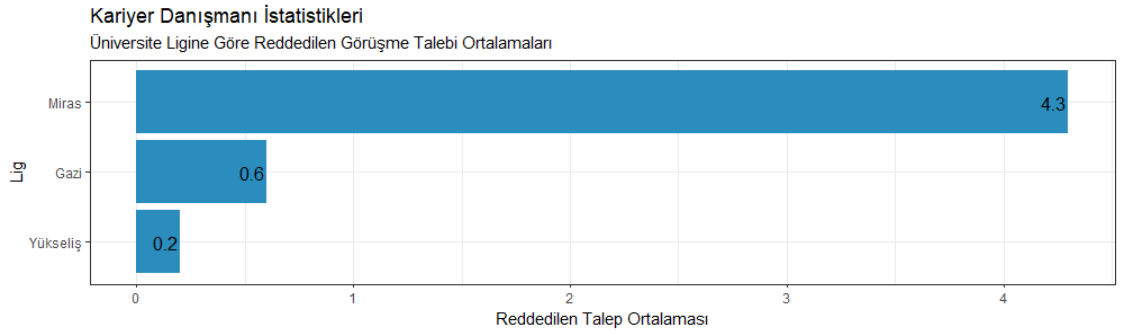
Grafik 23: Kariyer Danışmanlarınca Reddedilen Randevu Talebi Ortalamasının Üniversite Türüne Göre Dağılımı

Normalleştirilmiş değerler üniversite liglerine göre incelendiğinde ise Miras ligi üniversitelerindeki kariyer danışmanlarının ortalama 51,30 görüşme gerçekleştirdiği, gelen taleplerinin ise ortalama 4,3'ünü geri çevirdiği tespit edilmiştir. Yükseliş ligindeki üniversitelerin kariyer danışmanları ise ortalama 5,4 randevu gerçekleştirmiş olup gelen taleplerin 0,2'sini geri çevirmiştir. Gazi ligi üniversitelerinin danışmanları ise ortalama 5,4 oturum gerçekleştirip taleplerin 0,6'sını reddederek liglere göre yapılan sıralamada 3. sırada yer almıştır.

İlgili dağılımlar Grafik 24 ve Grafik 25'de paylaşılmıştır.



Grafik 24: Kariyer Danışmanlarınca Gerçekleştirilen Oturum Ortalamasının Üniversite Ligine Göre Dağılımı



Grafik 25: Kariyer Danışmanlarınca Reddedilen Randevu Talebi Ortalamasının Üniversite Ligine Göre Dağılımı

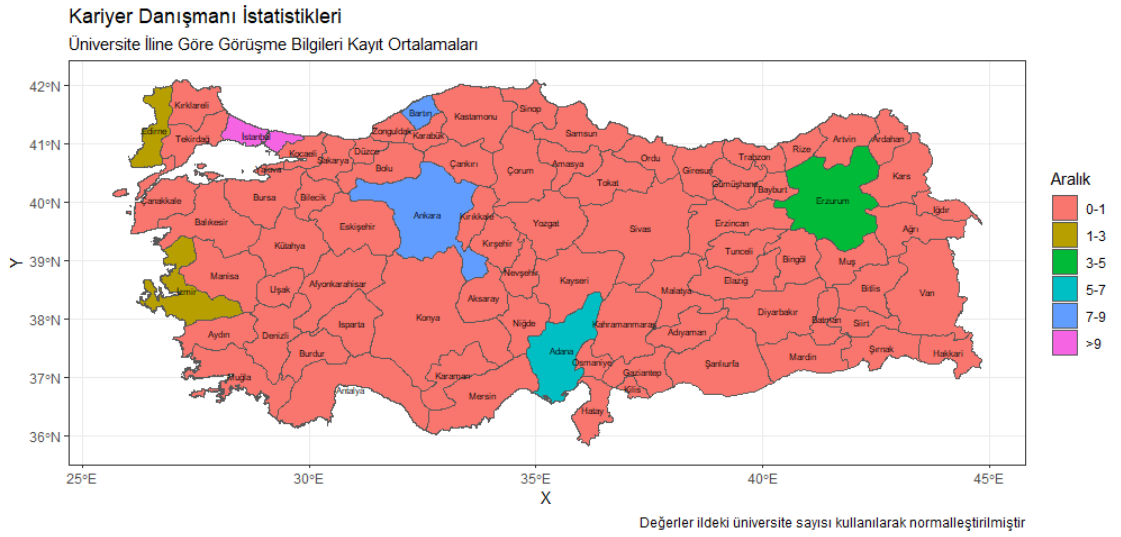
6.1.3.4 Gerçekleştirilen Oturuma İlişkin Bilgilerin Kaydedilmesi

DKP, kariyer danışmanlarınca gerçekleştirilen oturumların tamamlanmasının ardından, daha sonraki görüşmelerde faydalanmak ve görüşmeleri kayıt altına almak üzere danışmana, görüşmeye ilişkin bilgileri kaydetme ve bunları inceleme imkânı sunmaktadır. Kariyer danışmanları tarafından gerçekleştirilen 304 adet görüşmenin tamamlanmasının ardından 182 görüşmeye (%59,87) ilişkin bilginin sisteme kaydedildiği görülmüştür.

Görüşme bilgisi kaydetmeye ilişkin işlemler, üniversitenin bulunduğu ile, üniversite türüne ve üniversitenin ligine incelenmiş, işlemler, ilgili gruptaki üniversite sayısı ile normalleştirilmiştir.

İl bazında, görüşmelerine ilişkin bilgileri kaydeden kariyer danışmanlarının 9,85 ortalama ile İstanbul'daki, 9,85 ortalama ile Bartın'daki ve 8,67 ortalama ile Ankara'daki, üniversitelerde görevli olduğu tespit edilmiştir.

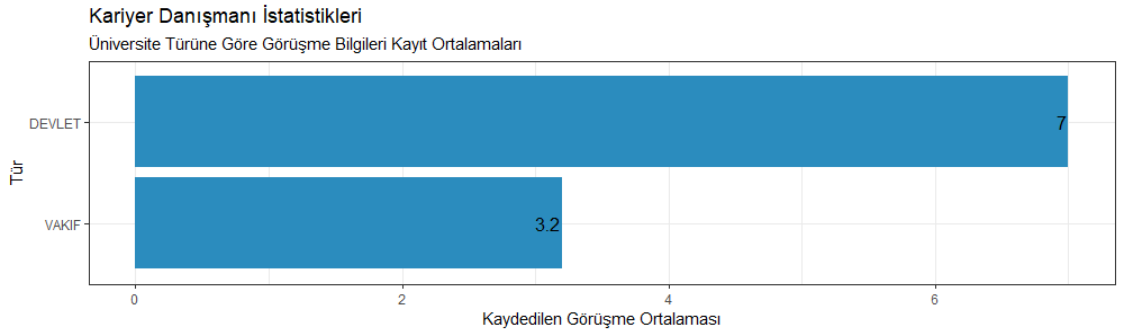
Gerçekleştirdiği görüşmelere ilişkin bilgileri kaydeden kariyer danışmanlarının üniversite illine göre dağılımı Grafik 26'da sunulmuştur.



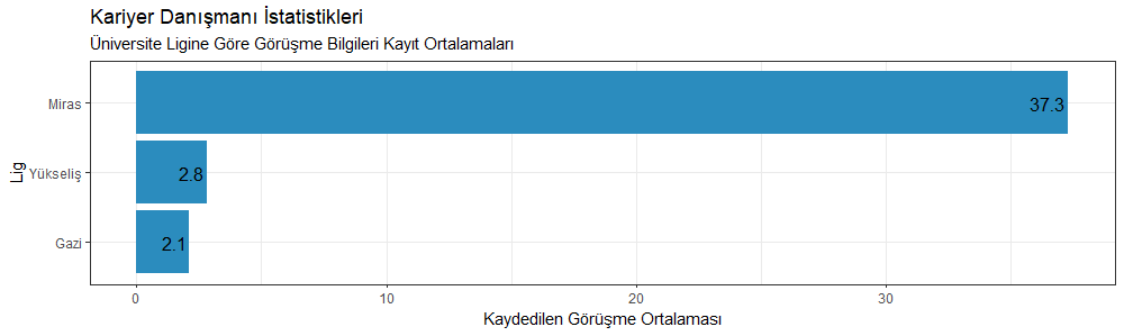
Grafik 26: Görüşmelerine İlişkin Bilgileri Kaydeden Kariyer Danışmanlarının İllere Göre Dağılımı

Bilgileri kaydeden danışmanların üniversite türüne ve ligine göre dağılımları incelendiğinde ise Devlet üniversitelerindeki kariyer danışmanlarının ortalama 6,95 görüşmeye ilişkin bilgi kaydettiği, Vakıf üniversitelerinde ise ortalamanın 3,22 olduğu görülmüştür. Ayrıca, görüşmelerine ilişkin en yüksek ortalama kayıt sayısının Miras Ligindeki üniversitelerde (37,33) olduğu, bunu sırasıyla Yükseliş (2,76) ve Gazi Liginin (2,09) takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

İlgili dağılımlar Grafik 27 ve Grafik 28'de paylaşılmıştır.



Grafik 27: Görüşmelerine İlişkin Bilgileri Kaydeden Kariyer Danışmanlarının Üniversite Türüne Göre Dağılımı



Grafik 28: Görüşmelerine İlişkin Bilgileri Kaydeden Kariyer Danışmanlarının Üniversite Ligine Göre Dağılımı

6.1.3.5 Talep Gönderen Öğrenci Profillerinin İncelenmesi

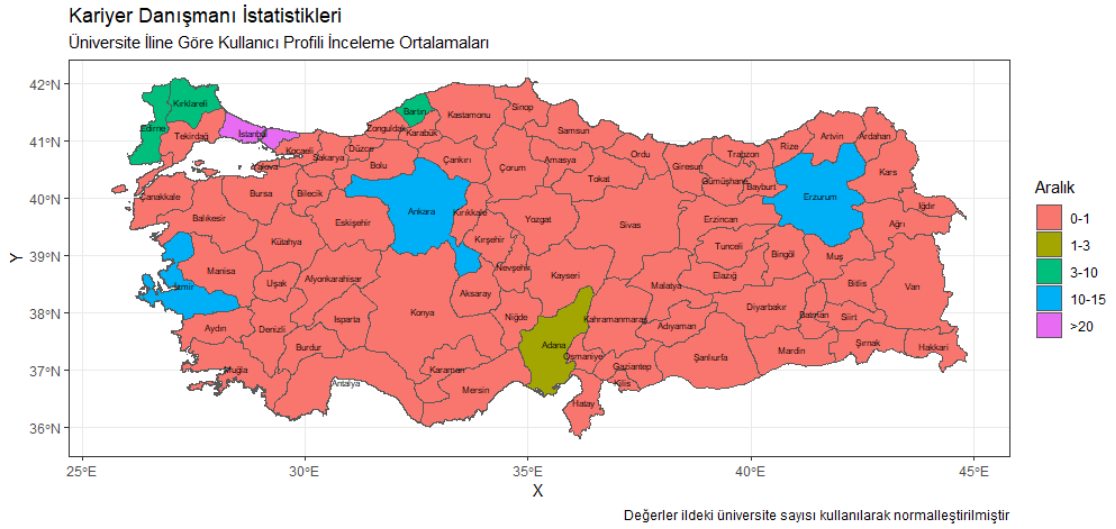
Kullanıcılar, kariyer danışmanlarına bir görüşme talebi ilettiğinde, danışmanın öğrenci / mezun hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamak amacı ile kariyer danışmanının kullanıcıya ait DKP'deki profili incelemelerine izin verilmektedir. Bu doğrultuda, öğrencilerden gelen 644 görüşme talebine ilişkin kariyer danışmanlarının kullanıcı profillerini inceleyip incelemediği incelenmiş ve 372 (%57,76) profil görüntüleme işlemi yapıldığı tespit edilmiştir.

Randevu talebinde bulunan kullanıcıların profillerinin, kariyer danışmanları tarafından ne kadar incelendiğine ilişkin il, üniversite türü ve üniversite ligi grupları bazında gerçekleştirilen incelemelerde, profil inceleme sayıları gruplardaki üniversite sayıları ile normalleştirilmiştir.

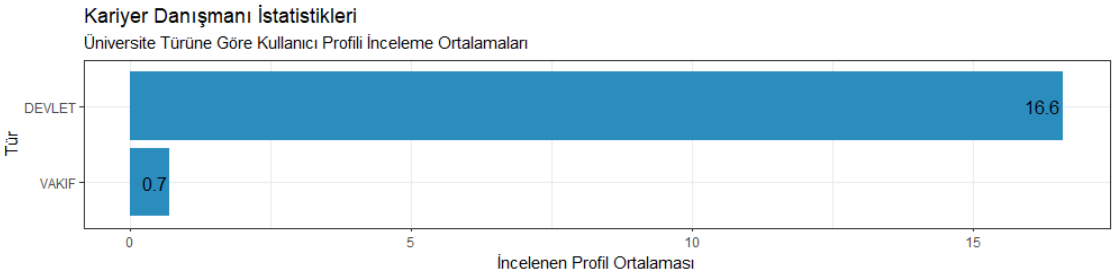
İstanbul'daki kariyer danışmanlarının ortalama 20,92 kullanıcı profilini inceleyerek ilk sırada yer aldığı, İstanbul'u 14,00 ortalama ile Ankara ve 13,00 ortalama ile İzmir üniversitelerindeki kariyer danışmanlarının izlediği görülmüştür.

Üniversite türüne göre karşılaştırma yapıldığında; devlet üniversitelerindeki kariyer danışmanlarının ortalama 16,64, vakıf üniversitelerindekilerin ise ortalama 0,66 kullanıcı profili incelediği sonucuna ulaşılmıştır. Liglere göre incelemeler ise; ortalama 101,67 ile en çok profil inceleme işlemini Miras Ligi üniversitelerinin kariyer danışmanlarının gerçekleştirildiği, söz konusu ortalamanın Gazi liginde 4,27 Yükseliş liginde ise 1,18 olduğu tespit edilmiştir.

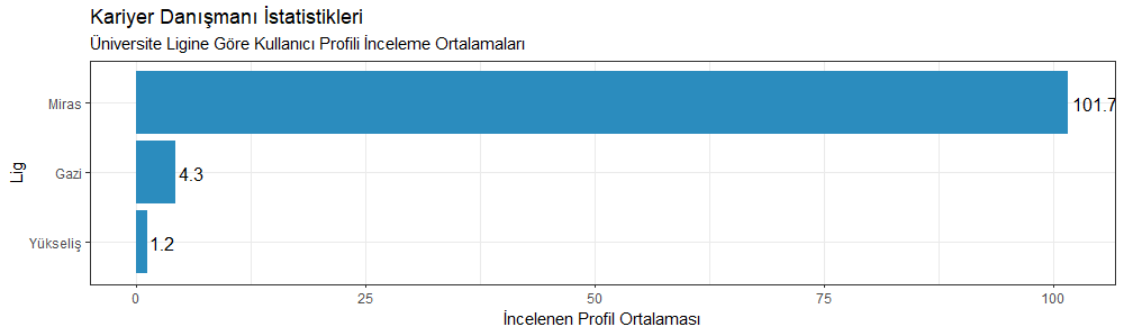
Kariyer danışmanlarının ortalama profil inceleme değerlerinin, üniversitelerinin illerine ligine ve türüne göre dağılımları Grafik 29, Grafik 30 ve 31'de paylaşılmıştır.



Grafik 29: Öğrenci Profillerini İnceleyen Kariyer Danışmanlarının İle Göre Dağılımı



Grafik 30: Öğrenci Profillerini İnceleyen Kariyer Danışmanlarının Üniversite Türüne Göre Dağılımı



Grafik 31: Öğrenci Profillerini İnceleyen Kariyer Danışmanlarının Üniversite Ligine Göre Dağılımı

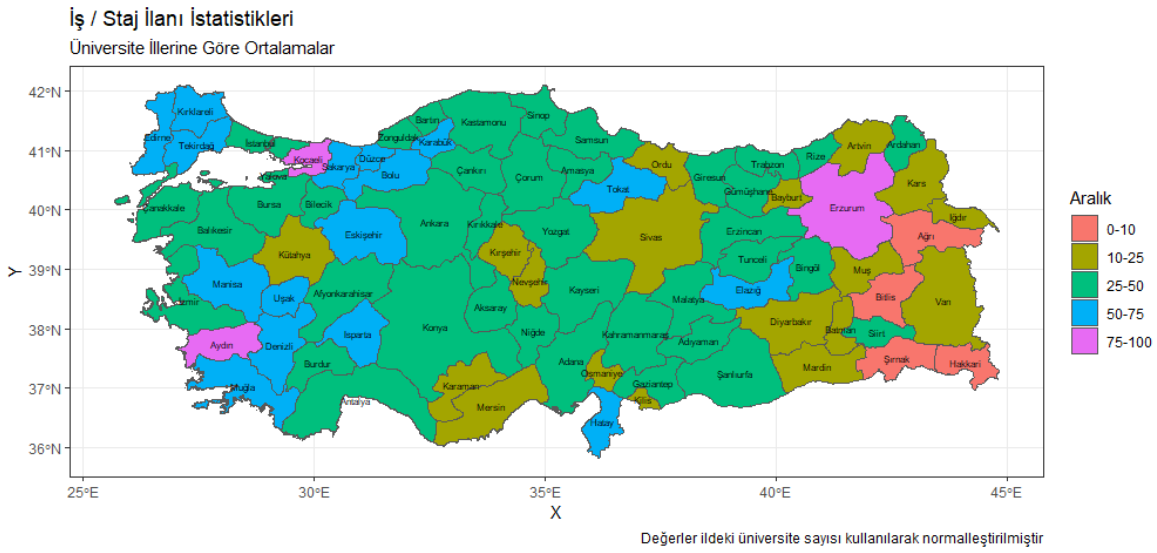
6.1.4. İş / Staj İlanlarına İlişkin İstatistikler

İncelenen tarih aralığında (Bkz. Bölüm 5.1), platformdaki 207 işverenin 506 farklı pozisyon ilanını, hedef kitlelerindeki 190 farklı üniversite kullanıcılarının başvurusuna açarak toplam 7.284 iş / staj ilanının oluşturulduğu görülmüştür.

Diğer analizlerde olduğu gibi, iş / staj ilanı sayılarına ilişkin doğru yorumlarda bulunabilmek üzere, üniversite ili, türü ve ligine göre paylaşılan ilan sayılarına ilişkin bilgiler, ilgili kategorideki üniversite sayısı kullanılarak normalleştirilmiş ve ortalama değerler verilmiştir.

İl bazında inceleme yapıldığında; işverenlerin en çok iş / staj ilanını ortalama 92,50 (%3,00) ile Erzurum'daki üniversitelerin kullanıcılarına açtığı tespit edilmiştir. Erzurum'u sırası ile 89,50 (%2,91) ortalama ilan sayısı ile Kocaeli ve 84,00 (%2,73) ortalama ilan sayısı ile Aydın takip etmiştir.

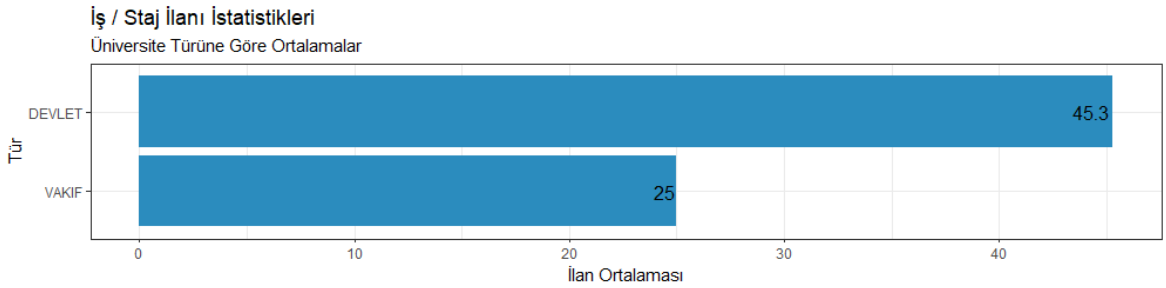
İl bazında, başvuruya açılan ortalama ilan sayısına ilişkin dağılım Grafik 32'de paylaşılmıştır.



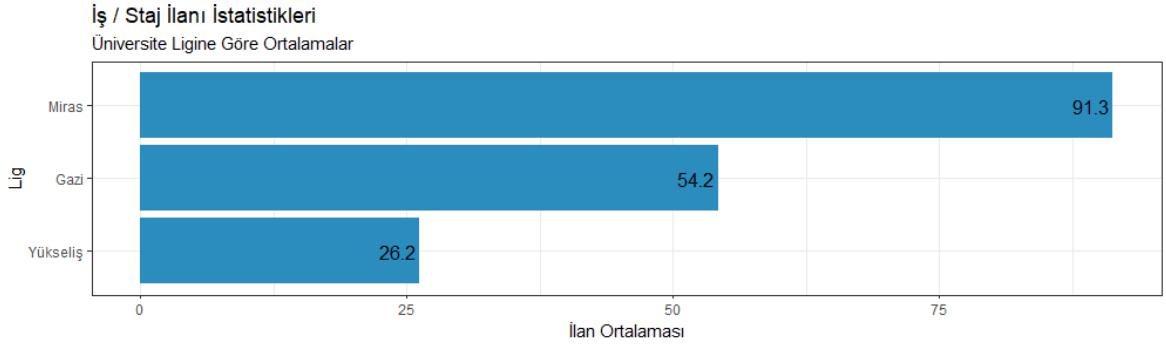
Grafik 32: Başvuruya Açılan Ortalama İş / Staj İlanı Sayısının İle Göre Dağılımı

Üniversite türlerine göre inceleme yapıldığında ise; ilanların üniversite başına ortalama 45,28 ile Devlet üniversitelerinin, ortalama 24,98 ilan ile de Vakıf üniversitelerinin kullanıcılarının başvurusuna açıldığı tespit edilmiştir. Aynı analiz, üniversite ligine göre yapıldığında ise, en çok ilanın 91,29 ortalama ila Miras, 54,20 ortalama ile Gazi ve 26,22 ortalama ile Yükseliş Ligindeki üniversitelerin kullanıcılarına yönelik olduğu görülmüştür.

Başvuruya açık ilanların üniversite türüne göre dağılımı Grafik 33'te, Üniversite Ligine göre dağılımı ise Grafik 34'te paylaşılmıştır.



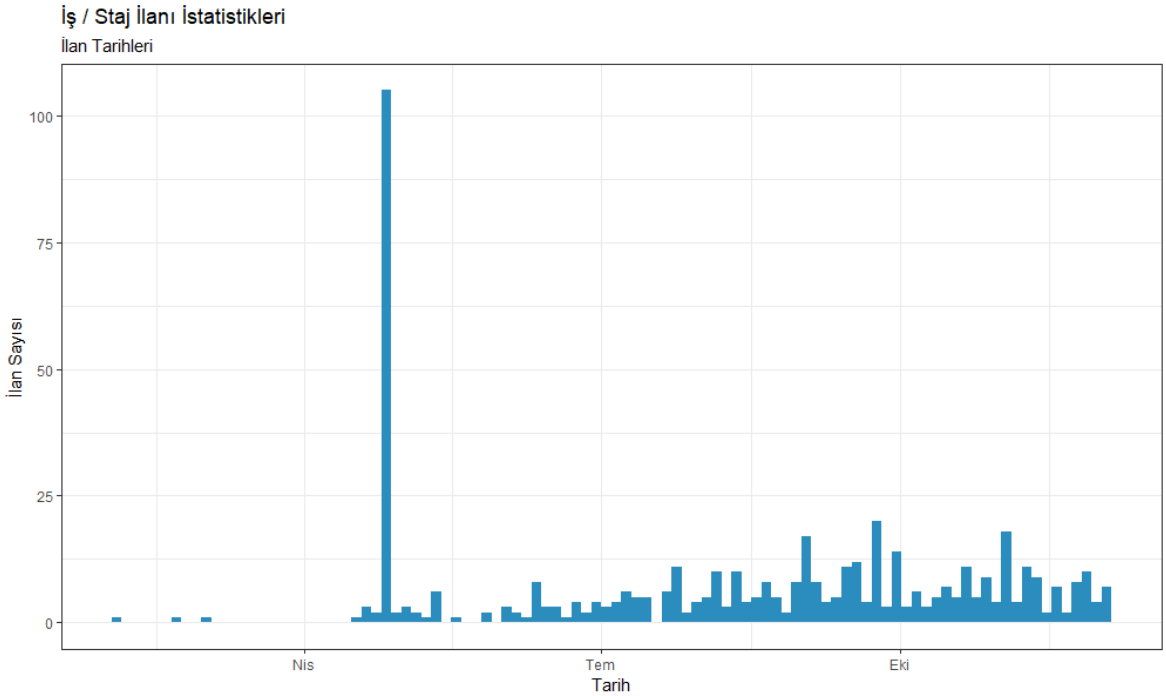
Grafik 33: Başvuruya Açılan Ortalama İş / Staj İlanı Sayısının Üniversite Türüne Göre Dağılımı



Grafik 34: Başvuruya Açılan Ortalama İş / Staj İlanı Sayısının Üniversite Ligine Göre Dağılımı

İşverenler tarafından başvuruya açılan iş / staj ilanların tarihleri incelendiğinde ise Nisan ortasındaki sıra dışı artış dışında belirli bir zaman aralığında yoğunlaşma tespit edilememiş, sistemin kullanımında süreklilik olduğunu görülmüştür.

Tarihlere göre başvuruya açılan iş / staj ilanlarının sayılarına ilişkin bilgiler Grafik 35'te paylaşılmıştır.



Grafik 35: Başvuruya Açılan İş / Staj İlanlarının Tarihlere Göre Dağılımı

6.1.5. Kariyer Etkinliklerine İlişkin İstatistikler

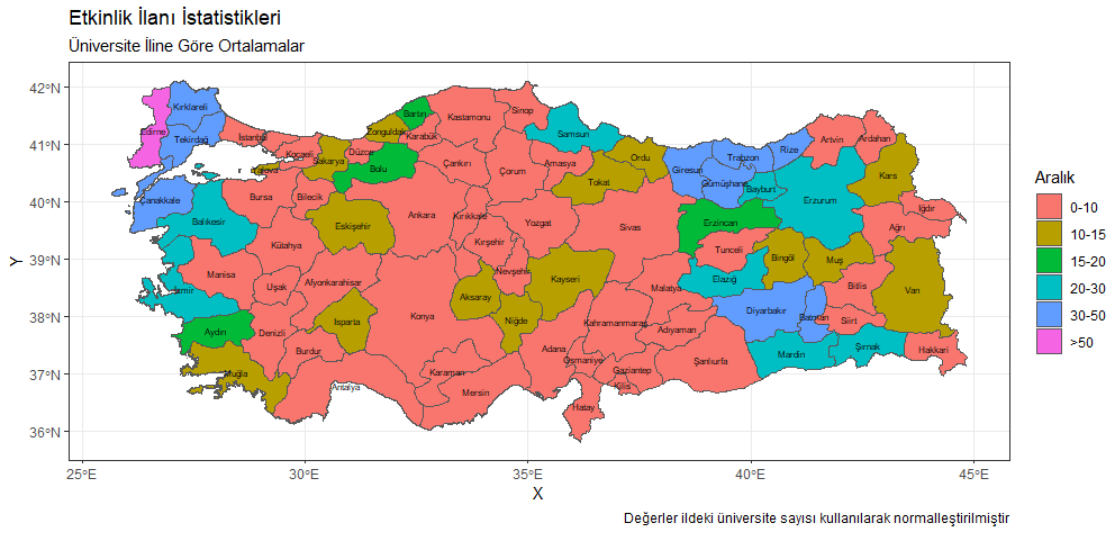
6.1.5.1 Firmalar Tarafından Düzenlenen Kariyer Etkinlikleri

İncelenen tarih aralığında (Bkz. Bölüm 5.1), 104 işverenin 459 birbirinden farklı kariyer etkinliğini, hedef kitlesindeki 199 üniversitenin kullanıcılarına açarak toplam 2.414 etkinlik ilanı oluşturulduğu görülmüştür.

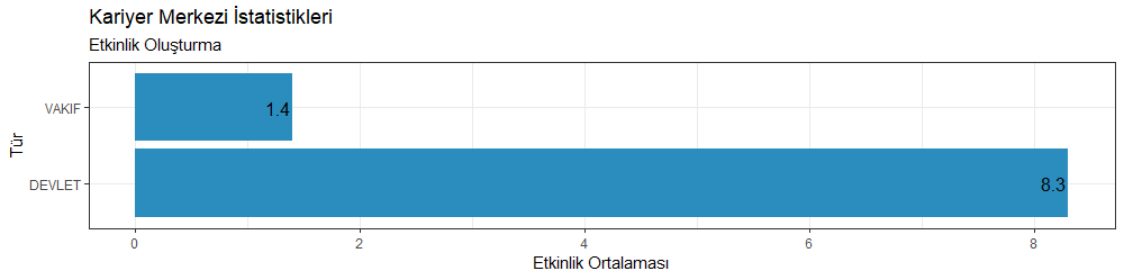
Söz konusu etkinliklerin hangi illerdeki üniversitelerin kullanıcılarına yönelik düzenlendiği incelenmiş ve Edirne'deki üniversitelerin öğrenci / mezunlarına yönelik üniversite başına ortalama 64 ilan açıldığı görülmüştür. Edirne'yi takiben sırası ile en çok etkinliğin ortalama 48,67 ile Trabzon ve ortalama 40 ile Rize'deki üniversitelerin öğrenci/mezunlarına yönelik olduğu tespit edilmiştir.

Etkinlik sayıları üniversite türüne göre incelendiğinde, her bir devlet üniversitesi için ortalama 15,34 ile en çok etkinliğin devlet üniversitelerindeki kullanıcılar için açıldığı, her bir vakıf üniversite için açılan etkinlik otamasının ise 6,64 olduğu görülmüştür. Lig bazındaki incelemelerde ise; Gazi Ligindeki üniversiteler için ortalama etkinlik sayısının 17,06, Miras Ligindeki üniversiteler için 12,14 ve Yükseliş Ligindeki üniversiteler için 9,58 olduğu tespit edilmiştir.

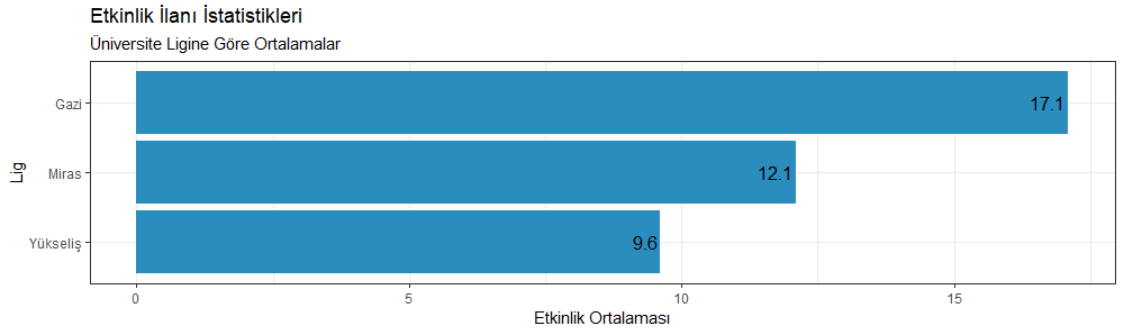
İlgili dağılımlar Grafik 36, Grafik 37 ve Grafik 38'de paylaşılmıştır.



Grafik 36: İşverenler Tarafından Düzenlenen Kariyer Etkinliklerinin İle Göre Dağılımı



Grafik 37: İşverenler Tarafından Düzenlenen Kariyer Etkinliklerinin Üniversite Türüne Göre Dağılımı



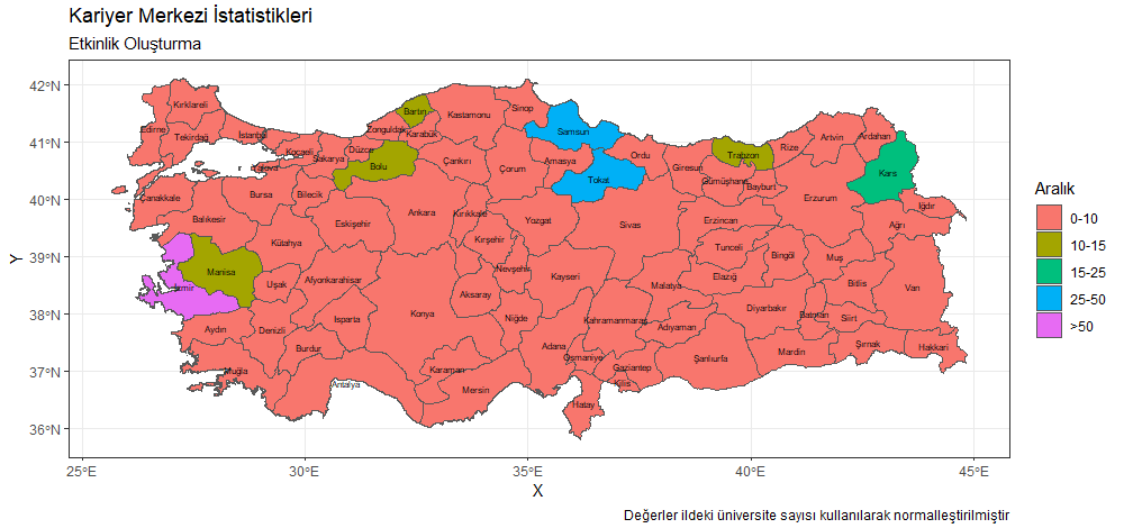
Grafik 38: İşverenler Tarafından Düzenlenen Kariyer Etkinliklerinin Üniversite Ligine Göre Dağılımı

6.1.5.2 Kariyer Merkezleri Tarafından Düzenlenen Kariyer Etkinlikleri

Doğrudan kariyer merkezleri tarafından düzenlenerek öğrenci / mezunların başvurusuna açılan etkinlik sayısı 1.158, olup söz konusu etkinlikler 39 kariyer merkezi tarafından oluşturulmuştur.

Kariyer merkezlerince oluşturulan etkinliklerin il bazında normalleştirilmiş değerleri incelendiğinde, en çok etkinliğin 74,70 ortalama ile İzmir'deki, onu takiben 37 ortalama ile Samsun'daki ve 27 ortalama ile Tokat'taki üniversitelerin kariyer merkezleri tarafından düzenlendiği görülmüştür

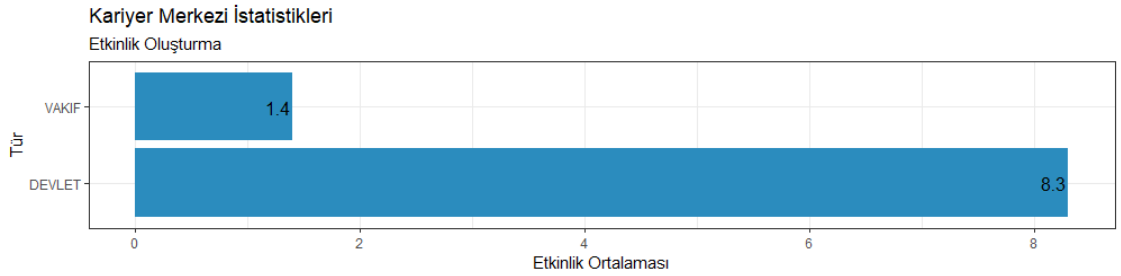
Kariyer merkezlerince düzenlenen etkinliklerin il bazında dağılımları Grafik 39'da paylaşılmıştır.



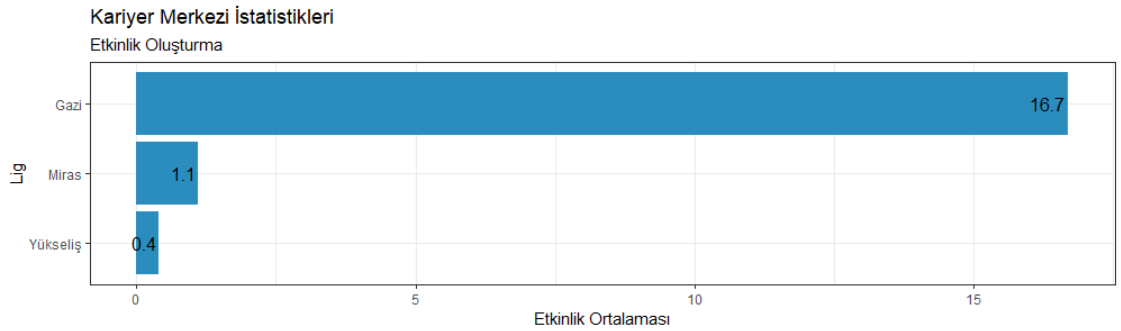
Grafik 39: Kariyer Merkezi Tarafından Düzenlenen Etkinlik Ortalamalarının İle Göre Dağılımı

Kariyer Merkezlerince oluşturulan etkinliklerin ortalama sayıları üniversite türü ve ligine göre incelendiğinde ise devlet üniversitelerindeki kariyer merkezlerinin, ortalama 8,35, vakıf üniversitelerindeki kariyer merkezlerinin ise 1,41 etkinlik düzenlediği görülmüştür. Lig bazında bu ortalamalar Gazi Ligindeki üniversitelerin kariyer merkezleri için 16,71, Miras Ligindekiler için 1,14, Yükseliş Ligindekiler için ise 0,37'dir.

İlgili değerler Grafik 40 ve Grafik 41'de paylaşılmıştır.



Grafik 40: Kariyer Merkezi Tarafından Düzenlenen Etkinlik Ortalamalarının Üniversite Türüne Göre Dağılımı



Grafik 41: Kariyer Merkezi Tarafından Düzenlenen Etkinlik Ortalamalarının Üniversite Ligine Göre Dağılımı

6.1.6. Duyurulara İlişkin İstatistikler

DKP aracılığıyla kariyer merkezleri, öğrenci ve mezunlarını ilgilendiren çeşitli konulara ilişkin duyurular kullanıcılar ile paylaşabilmektedir. Ancak Duyuru sisteminde herhangi bir başvuru alanı bulunmamakta olup sadece bilgilendirme amaçlıdır.

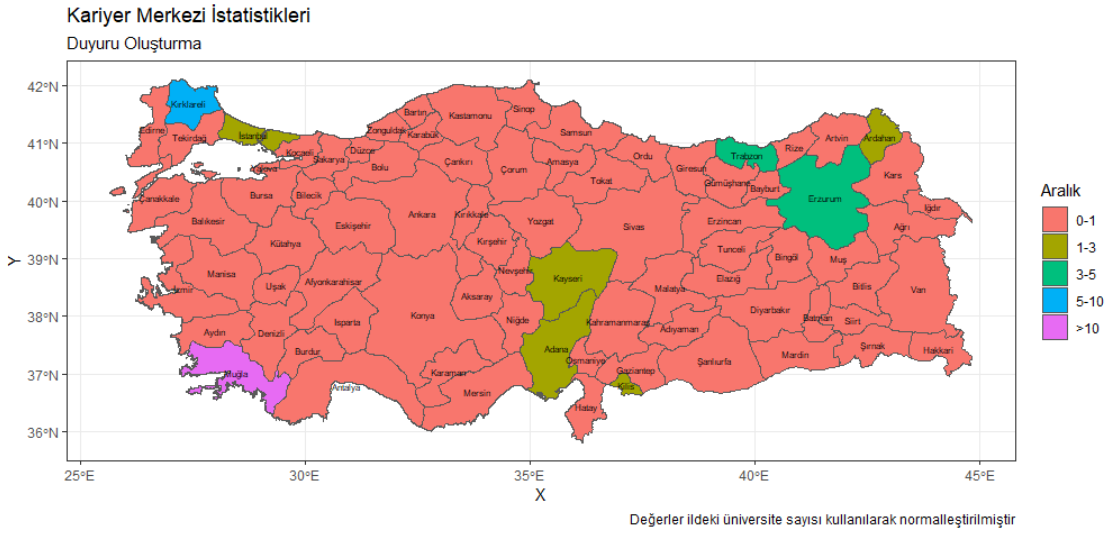
Söz konusu modül üzerinden öğrenci / mezunları bilgilendirmeye yönelik kariyer merkezi hareketleri incelendiğinde sadece 29 farklı üniversite tarafından bu özelliğin kullanıldığı görülmüş ve paylaşılan duyuru sayısının toplam 193 olduğu tespit edilmiştir.

Üniversite isimlerinin gizliliği gereği, paylaşılan duyuruların dağılımları, diğer betimleyici analizlerde yapıldığı gibi üniversite ili, türü ve ligi bazında incelenmiştir.

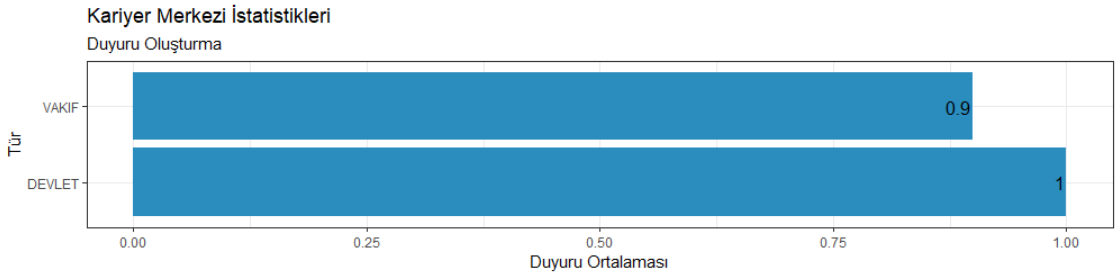
İl bazında duyurular incelendiğinde en çok duyurunun 12 ortalama ile Muğla'daki, 6 ortalama ile Kırklareli'ndeki ve 4,67 ortalama ile Trabzon'daki üniversitelerin kariyer merkezleri tarafından yapıldığı tespit edilmiştir.

Aynı inceleme tür bazında yapıldığında her bir devlet üniversitesinin ortalama 0,97, her bir vakıf üniversitesinin ise 0,95 duyuru paylaştığı görülmüştür. Lig bazındaki incelemelerde ise ortalamaların Miras Ligi için 2,71, Gazi Ligi için 1,46 ve Yükseliş Ligi için 0,61 olduğu tespit edilmiştir.

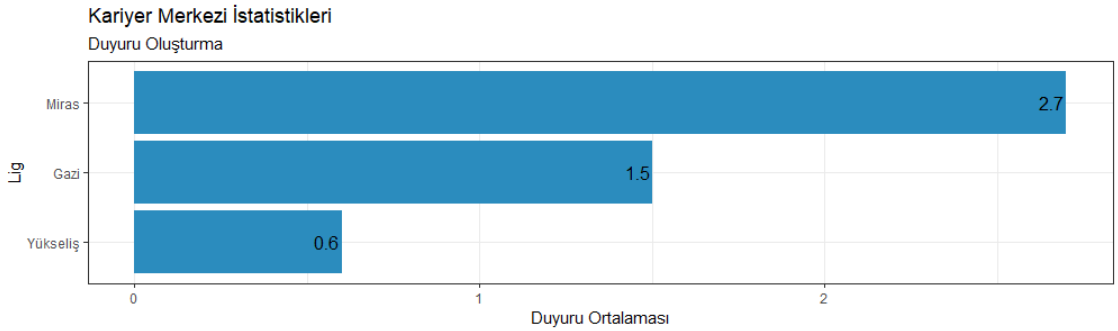
İlgili Dağılımlar Grafik 42, Grafik 43 ve Grafik 44'te paylaşılmıştır.



Grafik 42: Kariyer Merkezleri Tarafından Paylaşılan Duyuruların İle Göre Dağılımı



Grafik 43: Kariyer Merkezleri Tarafından Paylaşılan Duyuruların Üniversite Türüne Göre Dağılımı



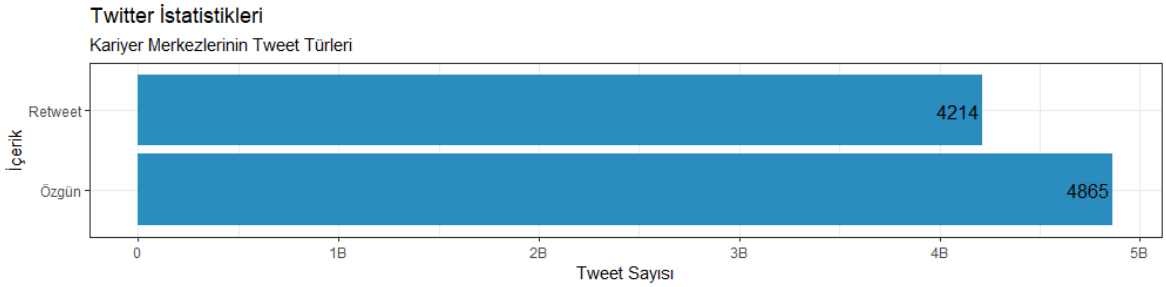
Grafik 44: Kariyer Merkezleri Tarafından Paylaşılan Duyuruların Üniversite Ligine Göre Dağılımı

6.1.7. Sosyal Medya Paylaşımlarına İlişkin İstatistikler

15 Kasım 2010 ve 03 Aralık 2020 tarihleri arasında 151 Kariyer Merkezi tarafından yapılan 9.079 adet Tweet paylaşıldığı görülmüştür.

Gönderilerin içerikleri incelendiğinde kariyer merkezleri tarafından yapılan paylaşımların 4.865 adedinin (%53,59) kariyer merkezleri tarafından üretilen özgün tweetler olduğu 4.214 adedinin (%46,41) ise farklı bir hesaptan atılan gönderiyi yeniden paylaşma (Rewteet etme) yolu ile yapıldığı tespit edilmiştir.

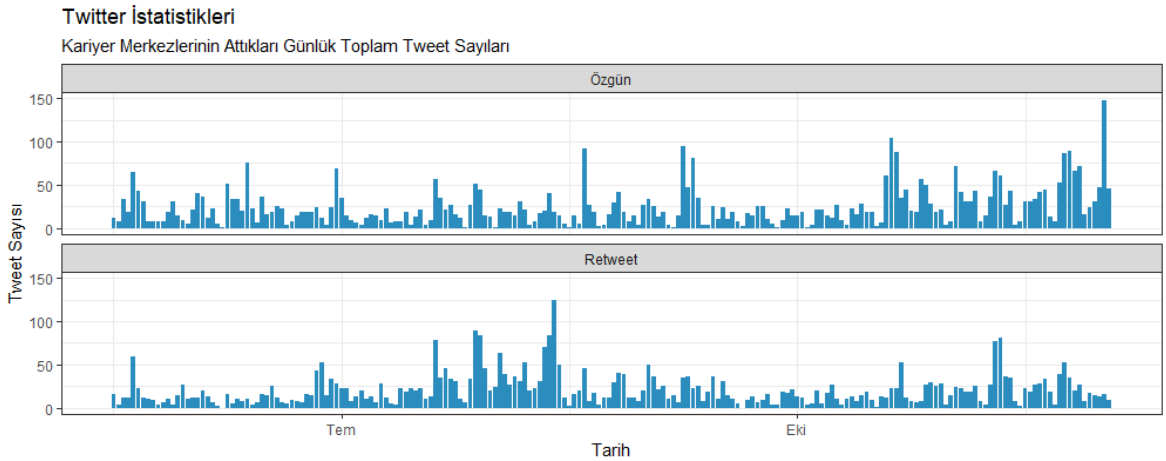
İlgili bilgi Grafik 45'te paylaşılmıştır.



Grafik 45: Kariyer Merkezlerinin Tweet Türleri

Söz konusu Tweetler, paylaşım tarihlerine göre incelendiğinde özgün Tweet ve Retweet fark etmeksizin paylaşımlarda süreklilik gözlenmiştir.

Paylaşımların tarih dağılımı Grafik 46'da sunulmuştur.

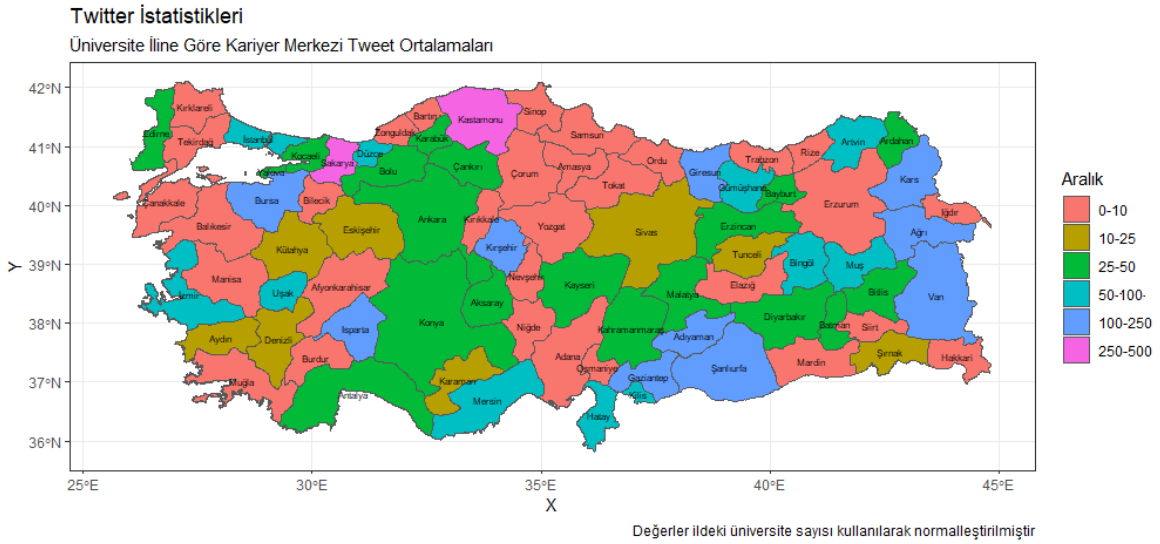


Grafik 46: Kariyer Merkezlerinin Günlük Tweet Sayıları

Diğer betimleyici analizlerde olduğu gibi, kariyer merkezleri tarafından paylaşılan Tweetler, üniversitenin bulunduğu il, üniversite türü ve üniversite ligine göre de analiz edilmiştir.

İl bazında en çok paylaşımın üniversite başına 324 Tweet ile Sakarya'daki kariyer merkezleri tarafından gerçekleştirdiği, bunu 320 Tweet ortalaması ile Kastamonu'daki üniversitelerin izlediği görülmüştür. 3. Sırada ise ortama 243 Tweet ile Adıyaman'daki üniversiteler yer almıştır.

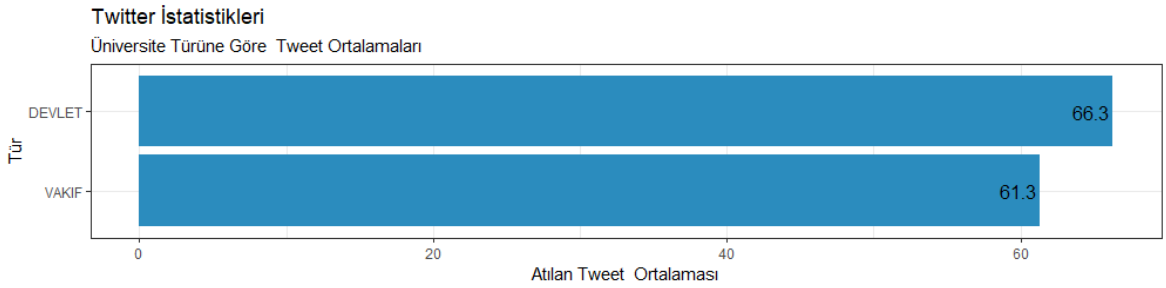
Paylaşımların il bazında dağılımları Grafik 47'de sunulmuştur.



Grafik 47: Sosyal Medya Paylaşımların İllere Göre Dağılımı

Üniversitelerin yaptığı Twitter üzerinden gerçekleştirdiği sosyal medya paylaşımları üniversite türüne göre incelendiğinde; Devlet Üniversiteleri tarafından ortalama 66,3 paylaşım gerçekleştirildiği, Vakıf Üniversitelerinde ise bu ortalamanın 66,1 olduğu görülmüştür.

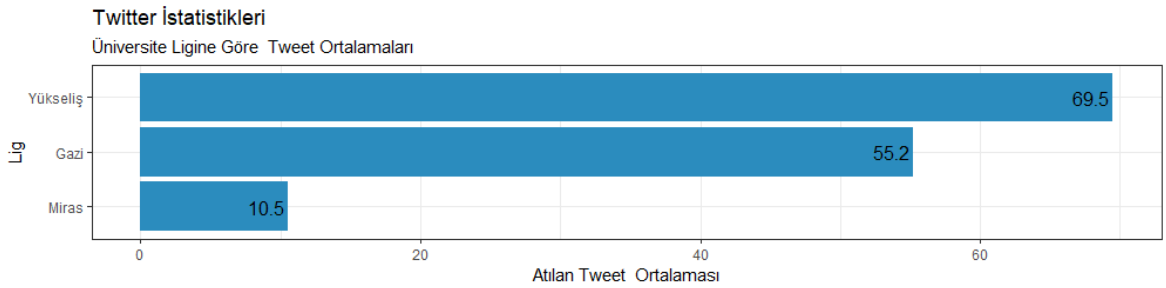
Dağılım Grafik 48'de paylaşılmıştır.



Grafik 48: Sosyal Medya Paylaşımlarının Üniversite Türüne Göre Dağılımı

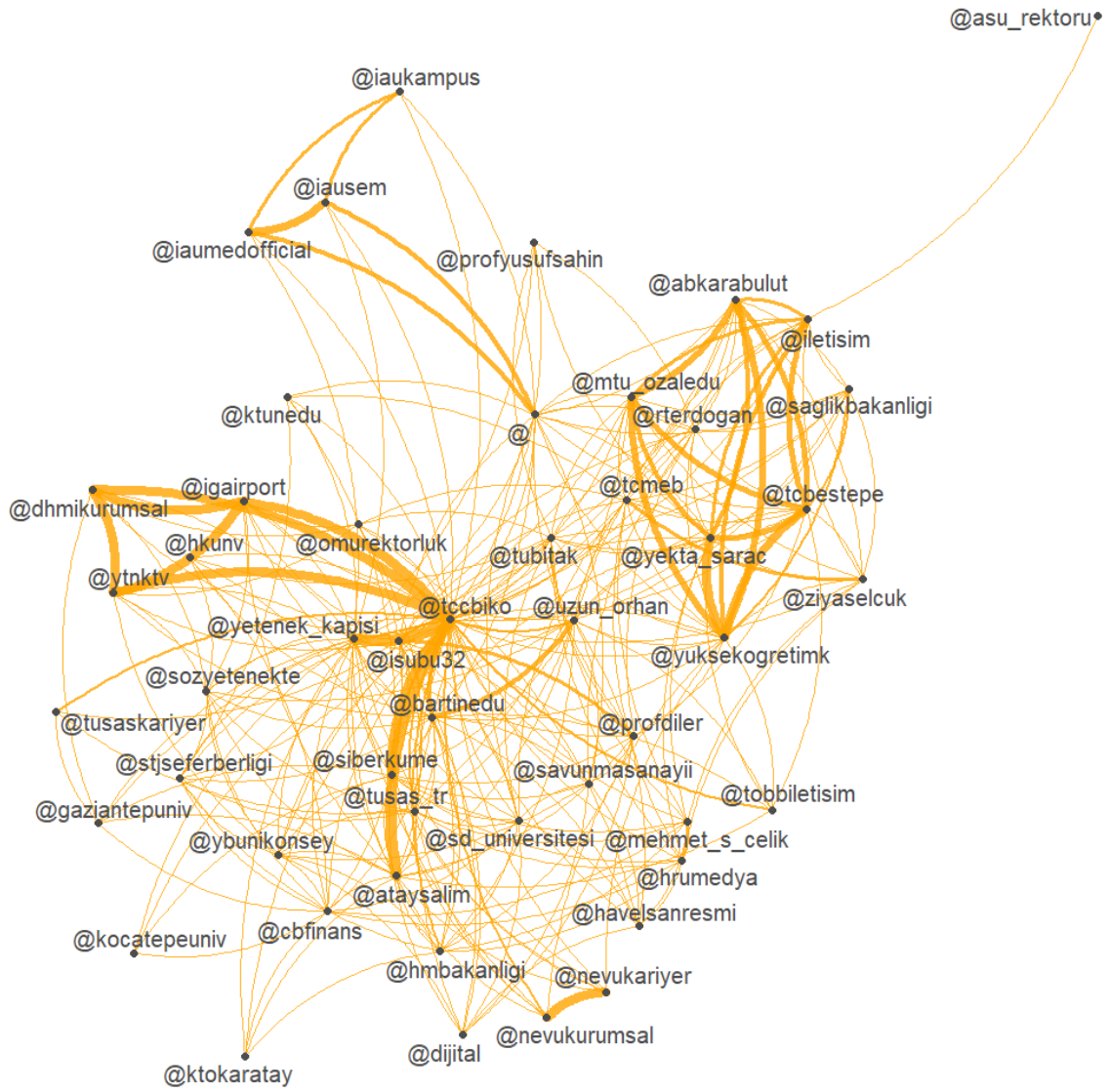
Üniversite ligine göre yapılan incelemeler ise, 69,50 ortalama ile en çok Tweet'in yükseliş ligindeki üniversiteler tarafından atıldığı; bunu sırası ile 55.20 ortalama ile gazi ligindeki ve 10,50 ortalama ile miras ligindeki üniversitelerin izlediği görülmüştür.

Dağılımlara ilişkin bilgileri Grafik 19'da paylaşılmıştır.



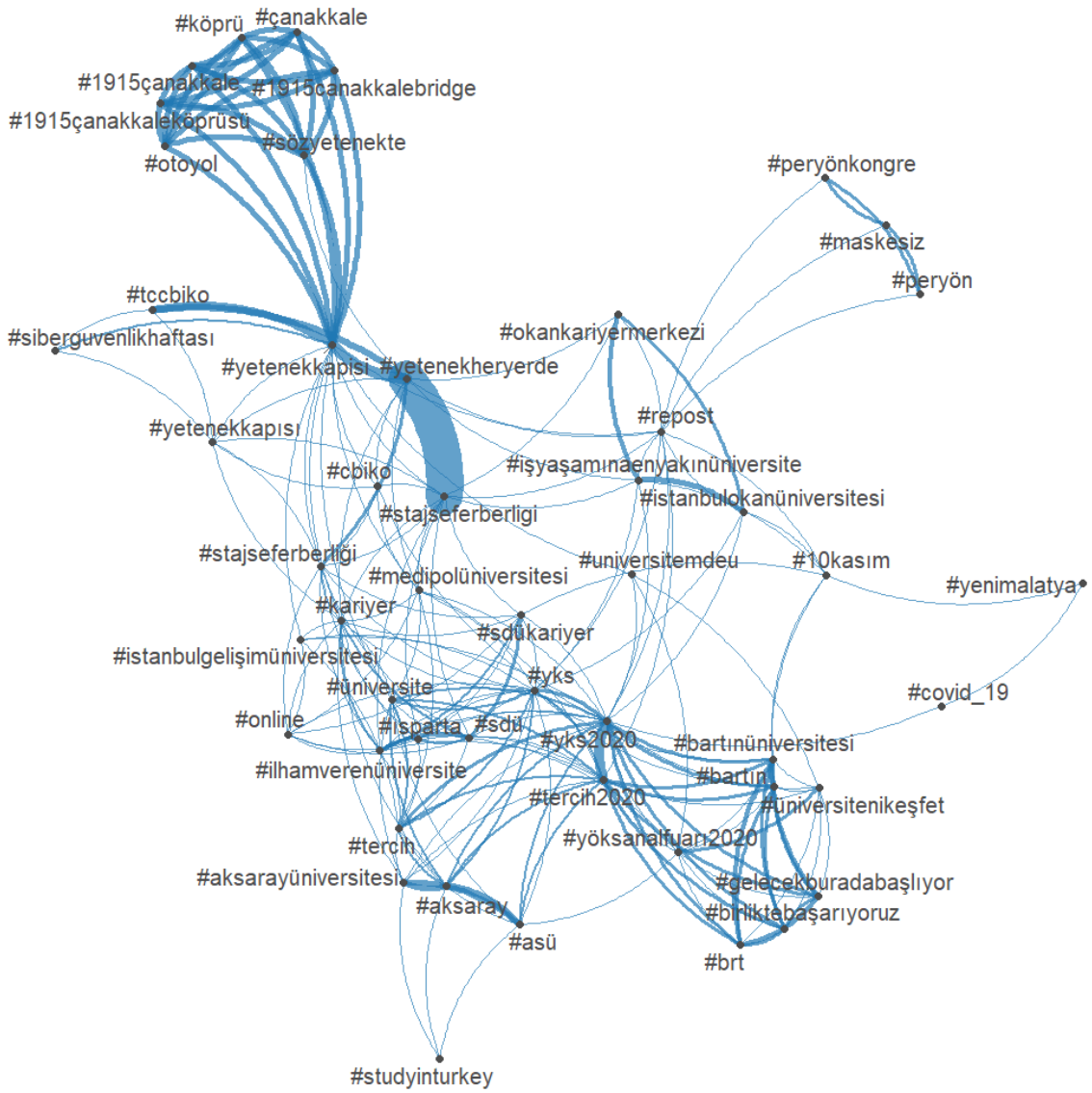
Grafik 49: Sosyal Medya Paylaşımlarının Üniversite Ligine Göre Dağılımı

Kariyer Merkezlerinin paylaşımlarında bahsettikleri (mention) diğer hesaplar incelendiğinde @tccbiko (Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanlığı resmi Twitter hesabı) ve @yetenek_kapisi (DKP resmi Twitter hesabı) hesaplarının kariyer merkezlerinin tümü tarafından sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca süreklilik arz etmese de belirli dönemlerde farklı iletişim kümelenmeleri olduğu görülmektedir. Örneğin; @tccbiko hesabı belirli bir süre @igairport, @ytnktv ve @dhmikurumsal; belirli bir dönemde ise @ataysalim, @siberkume ve @tusas gibi farklı kurum ve kişilerin hesapları ile sıkça birlikte kullanılmıştır. Ayrıca, @rterdoğan, @tcbestepe,@saglikbakanligi @iletişim, @yüksekogretim @ziyaselcuk ve @tcmeb hesaplarının sıklıkla birlikte kullanıldığı bir dönem de mevcuttur. Kariyer merkezlerinin Twitter paylaşımları sırasında kendi üniversitelerine ve rektörlerine ait hesaplardan da bahsettiği görülmektedir. (@iaukampsu – @iausem – @iaumedofficial, @nevukurumsal - @necukariyer ve @orhan_uzun - @bartinedu vb.)



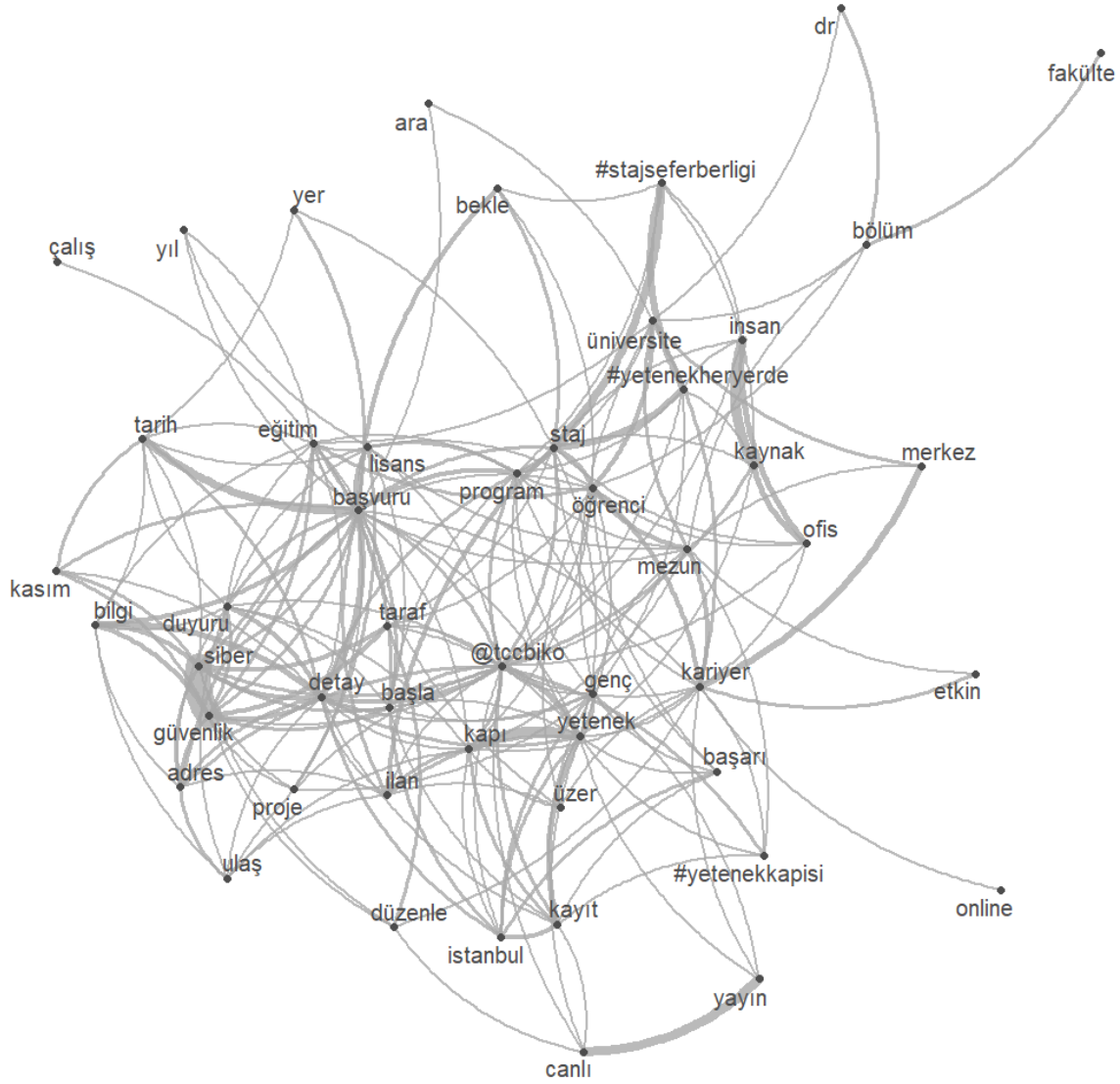
Grafik 50: Kariyer Merkezlerinin Tweetlerindeki Bahsetme (Mention) İlişkileri

Paylaşımlardaki etiketlemeler (hashtag) incelendiğinde kariyer merkezlerinin sürekli kullanılan ortak bir etiket benimsenmediği dikkat çekmektedir. Ancak "#yks, #tercih2020" ve #yks2020 etiklerinin bir dönem yoğun şekilde, aynı derece yoğunluk arz etmese de #kariyer ve #üniversite etiketlerinin de tüm kariyer merkezleri tarafından kullanıldığı görülmektedir. #yetenekheryerde, #stajseferberliği etiketlerinin en çok birlikte kullanılan iki etiket olduğu göze çarpmakladır. Belirli bir süre boyunca pek çok üniversite tarafından #yetenekheryerde, #yetenekkapisi ve #tccbiko etiketleriyle 1915 Çanakkale Projesine ilişkin etiketleri yoğun ve sık şekilde birlikte kullanılmıştır. Diğer bir ilişki ise kariyer merkezlerinin paylaşımlarını, kendi üniversitelerindeki diğer kurumsal hesaplarını etiketleyerek yapıyor olmalarıdır (okankariyermerkezi, aksarayüniversitesi vb.) Bazı kariyer merkezlerinin ise, diğer üniversite kariyer merkezlerince kullanılmayan özel etiketler (#yenimalatya, @studyinturkey) üretmeye çalıştığı izlenmiştir.



Grafik 51: Kariyer Merkezlerinin Tweetlerindeki Etiket (Hashtag) İlişkileri

Tweet metinlerinde en sık kullanılan kelimler incelendiğinde ise, anahtar kelimelerin “tccbiko”, “staj”, “mezun” “ve “başvuru” gibi farklı etiketler etrafında gruplandığı görülmektedir. Kariyer merkezlerinin tümü tarafından sıklıkla kullanılmasa da, kullanılmaları halinde tweet metinlerinde “insan”, “ofis” ve “kaynak” benzer şekilde “başvuru”-“tarih”, “program”-“staj seferberliği”, “yetenek-“kapı” gibi kelimelerinin birlikte yer aldığı görülmektedir.



Grafik 52: Kariyer Merkezlerinin Tweetlerinde En Çok Geçen Kelime (Key Word) İlişkileri

6.2 Hipotezlere İlişkin Bulgular

6.2.1 Platformun Etkin Kullanımı ve Erişilen Kullanıcı Sayısı Arasındaki İlişki

Bölüm 4.4.1'de detayları açıklandığı üzere DKP kariyer merkezlerince; Kariyer Danışmanlığı (KD) ve Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetlerini (KM) olmak üzere kariyer merkezlerinin 2 temel hizmeti için kullanılabilmektedir.

H1, H2 ve H3 hipotezlerinde kariyer merkezlerinin tüm hizmetleri için ve ayrı ayrı "Kariyer Danışmanlığı" ve "Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam" için platformu kullanma sayısı ile bu hizmetlerden yararlanmak üzere platforma kaydolan kullanıcıların sayısı (erişim ağı) ve onların platformda yaptığı toplam işlem sayısı (kariyer merkezi kullanıcı etkileşimi) arasındaki ilişki incelenmiştir.

H1 Hipotezi kariyer merkezlerinin, bir bütün olarak tüm hizmetleri için platformu kullanımı ile erişim ağı ve kullanıcılarla olan etkileşimi arasındaki ilişkiyle ilgilidir.

H2 Hipotezi; Platformun "Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri", için kullanımı ile erişim ağı ve kullanıcılarla olan etkileşimi arasındaki ilişkiyle ilgilidir.

H3 hipotezi ise Platformun "Kariyer Danışmanlığı" için kullanımı ile erişim ağı ve kullanıcılarla olan etkileşimi arasındaki ilişkiyle ilgilidir.

Bütünlük arz etmesi bakımından bahsi geçen üç ana hipoteze ilişkin regresyon analizi sonuçları Tablo 3'te birlikte sunulmuştur, her bir hipoteze ilişkin analiz detayları ve alt hipotezlerine ilişkin bulgular ilgili bölüm başlıkları atında paylaşılacaktır.

	(H1)		(H2)		(H3)	
	Kullanıcı İşlem Sayısı	**Toplam Kullanıcı**	**Kullanıcı İşlem Sayısı**	**Toplam Kullanıcı**	**Kullanıcı İşlem Sayısı**	**Toplam Kullanıcı**
KM ve KD İşlem Sayısı	0.972***	0.384**				
	(0.302)	(0.171)				
KM İşlem Sayısı			0.952***	0.365**		
			(0.305)	(0.173)		
KD İşlem Sayısı					0.156**	0.149
					(0.08)	(0.097)
Gözlem Sayısı	198	198	198	198	51	51
R-2	0.455	0.488	0.452	0.486	0.85	0.696

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir. *** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir.
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Tablo 3: Kariyer Merkezlerinin Toplamda ve Kullanıcı Bazında Gerçekleştirdiği İşlem Sayısı ile Erişim Ağı ve Etkileşim İlişkisi

6.2.1.1 H1: Kariyer Merkezlerinin dijital platformu tüm hizmetleri için etkin şekilde kullanması ile erişim ağı ve kullanıcı etkileşimleri arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

DKP'nin, tüm hizmetlere yönelik ne kadar kullanıldığını gösteren Kariyer Merkezlerinin işlem sayıları (KM ve KD İşlem Sayısı) ile DKP'ye bu hizmetlere ulaşmak üzere kaydolan öğrenci ve mezun (kullanıcı) sayısı ve onlar tarafından yapılan işlem sayısı arasındaki ilişki regresyon analizi ile sınanmıştır.

Tablo 3'te gösterildiği üzere, kariyer merkezlerinin, platformu bütüncül olarak tüm hizmetlerine ilişkin kullanımının artması ile hem kariyer merkezi erişim ağı hem de kariyer merkezi – kullanıcı etkileşimi arasında ilişki mevcuttur. Kariyer merkezinin platformu bütüncül şekilde kullanması ile kullanıcı etkileşimi arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir ($p<0,01$). Erişim ağı ile olan ilişki incelendiğinde ise anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir ($p<0,05$). H1 Hipotezi doğrulanmıştır.

6.2.1.2 H2: Dijital platformun "deneyimsel öğrenme ve istihdam" hizmetleri için etkin kullanımı ile kariyer merkezlerinin erişim ağı ve kullanıcı etkileşimi arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer merkezlerinin "Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri" için DKP'yi kullanma sayısı ile bu hizmetlerden yararlanmak üzere platforma kayıt olan kullanıcıların platformda yaptığı toplam işlem sayısı (dolayısıyla kariyer merkezi kullanıcı etkileşimi) ve platforma kayıt olan öğrenci sayısı (erişim ağı) arasındaki ilişki incelenmiştir.

Platformun, Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetlerine ilişkin işlemler için kullanımları ile etkileşim arasında yüksek seviyede anlamlı $p<0,01$) ve pozitif yönlü; erişim ağı ile ise anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir (Tablo 3; $p<0,05$). H2 Hipotezi doğrulanmıştır.

Bölüm 4.4'te belirtildiği üzere H2 hipotezi kapsamında ele alınan Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam hizmetleri kapsamında kariyer merkezlerince yürütülen faaliyetler, DKP'deki 5 farklı fonksiyon altında yürütülmektedir ve her bir fonksiyonun erişim ağı ve kullanıcı etkileşimi ile olan ilişkisi H2 hipotezinin 14 alt hipotezlerinde ele alınmıştır. Söz konusu hipotezlere ilişkin sınamalar aşağıda paylaşılmıştır.

	(H2.1) **Toplam Kullanıcı**	(H2.2) **İşveren Listeleme**	(H2.3) **İşveren Profili İnceleme**
İşveren Talebi Onaylama	0.149 (0.200)	0.480* (0.274)	0.358 (0.232)
Gözlem Sayısı	198	198	198
R-2	0.476	0.408	0.460

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir.
(*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 4: Eklenen İşveren Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve İşverenlerle İlgili İşlem Sayılarının İlişkisi

H2.1. Platformdaki işveren sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Tablo 4'te sonuçları paylaşılan regresyon analizleri kariyer merkezlerince sisteme tanımlanan işveren sayısı ile kayıt olan kullanıcı sayısı arasında bir ilişki olmadığını göstermiştir. H2.1 reddedilmiştir.

H2.2. Platformdaki işveren sayısı ile işveren listesini inceleyen kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Analiz sonuçları, platformdaki işveren sayısı ile kullanıcıların bu işverenlerin yer aldığı listeyi inceleme sayıları arasında düşük seviyede anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. (Tablo 4; p<0,1)

H2.3. Platformdaki işveren sayısı ile işverenlerin profilini inceleyen kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.3 hipotezinde; platformdaki işveren sayısı ile kullanıcıların bu işverenlere ait detaylı bilgilerin yer aldığı profili inceleme sayısı arasındaki ilişki incelenmiştir.

Platformdaki işveren sayısı ile kullanıcıların işverenlerin detaylı profilini incelemesi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. H2.3 reddedilmiştir. (Tablo 4)

	(H2.4) **Toplam Kullanıcı**	(H2.5) **İş/Staj İlanı İşlemleri**	(H2.6) **İş / Staj Başvurusu**
İş / Staj İlanı Onaylama	0.381*** (0.117)	0.899*** (0.243)	0.920*** (0.198)
Gözlem Sayısı	198	198	198
R-2	0.496	0.490	0.546

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir.
(*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 5: İş/Staj İlanı Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve İş/staj İlanlarıyla İlgili İşlem Sayılarının İlişkisi

H2.4 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Başvuruya açılan iş / staj ilanı ile kullanıcı sayısı arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur (Tablo 5: p<0,01). H.2.4 Hipotezi doğrulanmıştır.

H2.5 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarıyla ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.5 hipotezinde platformdaki işveren sayısı ile kullanıcılar tarafından iş / staj ilanlarına ilişkin gerçekleştirilen 10 farklı tip (Bkz. Bölüm 5.3) işlemin toplam sayısı arasındaki ilişki incelenmiştir.

Başvuruya açılan iş / staj ilanı ile ilanlarla ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (Tablo 5; p<0,01). H.2.5 Hipotezi doğrulanmıştır.

H2.6 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarına başvuran kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Başvuruya açılan iş / staj ilanı ile ilanlara başvuran kullanıcı sayısı arasındaki ilişki H2.6 hipotezi kapsamında incelenmiş ve söz konusu iki değişken arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki görülmüştür (Tablo 5: p<0,01). H.2.6 Hipotezi doğrulanmıştır.

	(H2.7) **Toplam Kullanıcı**	(H2.8) **Etkinlik İşlemleri**	(H2.9) **Etkinlik Başvurusu**
İşveren Etkinliği Onaylama	0.359***	0.689***	0.644***
	(0.101)	(0.229)	(0.135)
Gözlem Sayısı	198	198	198
R-2	0.499	0.488	0.548

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir. *** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir. (*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 6: İşveren Etkinliği Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Sayılarının İlişkisi

H2.7. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Regresyon analizleri işveren etkinliği sayısı ile kullanıcıların kayıt sayısı arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğunu göstermiştir (Tablo:6; p<0,01). H2.7 doğrulanmıştır.

H2.8. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.8 hipotezinde işveren etkinliği sayısı ile kullanıcılar tarafından gerçekleştirilen 7 tip işlemin (Bkz. Bölüm 5.3) toplam sayısı arasındaki ilişki incelenmiştir.

Tablo'6, H2.8 bölümünde görüldüğü üzere, işveren etkinlik sayısı ile kullanıcılar tarafından bu etkinliklere yönelik gerçekleştirilen toplam işlem sayısı arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir (p<0,01). H2.8 doğrulanmıştır.

H2.9. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

İşveren etkinlik sayısı ile kullanıcıların bu etkinliklere başvuru sayıları arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiş ve H2.9 doğrulanmıştır. (Tablo:5 p<0,01)

	(H2.10) **Toplam Kullanıcı**	(H2.11) **Etkinlik İşlemleri**	(H2.12) **Etkinlik Başvurusu**
Etkinlik Oluşturma	0.098	0.344***	0.366***
	(0.060)	(0.056)	(0.054)
Gözlem Sayısı	198	198	198
R-2	0.478	0.454	0.524

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir.
(*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 7: Kariyer Merkezi Etkinliği Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Sayılarının İlişkisi

H2.10. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer merkezleri tarafından düzenlenen kariyer etkinliklerinin sayısı ile kayıt olan kullanıcı sayısı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiş ve H2.10 reddedilmiştir (Tablo 7).

H2.11. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklerle ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.11 kapsamında kullanıcıların etkinliklerle ilgili platform üzerinden gerçekleştirebildiği 7 tip işlemin (Bkz. Bölüm 5.3) toplam sayısı ile doğrudan kariyer merkezleri tarafından düzenlenen kariyer etkinliklerinin sayısı arasındaki ilişkisi incelenmiştir.

Analiz sonuçları kariyer merkezleri tarafından düzenlenen etkinlik sayısı ile kullanıcılar tarafından bu etkinliklere yönelik gerçekleştirilen toplam işlem sayısı arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir (Tablo 7; p<0,01). H2.11 doğrulanmıştır.

H2.12. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer merkezlerince düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcı sayısı arasındaki ilişki incelenmiş ve düzenlenen etkinlik sayısı ile başvuran kullanıcı sayısı arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiş ve H2.12 hipotezi doğrulanmıştır (Tablo 7; p<0,01).

	(H2.13) **Toplam Kullanıcı**	(H2.14) **Duyuru İşlemleri**
Duyuru Oluşturma	-0.058	0.179*
	(0.122)	(0.099)
Gözlem Sayısı	198	198
R-2	0.475	0.416

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir. (*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 8: Duyuru Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Sayılarının İlişkisi

H2.13. Paylaşılan duyuru sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer merkezleri tarafından kullanıcıları ilgilendirebilecek çeşitli konulara ilişkin yapılan duyuru sayısı ile platforma kayıt olma sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamış ve H2.13 reddedilmiştir (Tablo 8).

H2.14. Paylaşılan duyuru sayısı ile duyurularla ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H2.14 hipotezinde kayıtlı işveren sayısı ile kullanıcılar tarafından gerçekleştirilen duyurulara yönelik gerçekleştirilebilen 3 tip işlemin (Bkz. Bölüm 5.3) toplam sayısı arasındaki ilişki incelenmiştir.

Paylaşılan duyuru sayısı ile kullanıcıların bu duyurulara ilişkin platformda yaptığı işlem sayısı arasında düşük seviyede anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Tablo 8; p<0,1).

6.2.1.3 H3: Dijital platformların "kariyer danışmanlığı" hizmetleri için etkin kullanımı ile kariyer merkezlerinin erişim ağı ve kullanıcı etkileşimi arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer merkezlerinin; kariyer danışmanlığı hizmetleri için DKP'yi kullanma sayısı ile hizmetlerden yararlanmak üzere platforma kayıt olan kullanıcıların platformda yaptığı işlem sayısı, (kariyer merkezi-kullanıcı etkileşimi) ve platforma kayıt olan kullanıcı sayısı (erişim ağı) arasındaki ilişki sınanmıştır.

Platformun, Kariyer Danışmanlığı işlemleri için kullanılması ile etkileşim arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir (Tablo 3 $p<0,05$) ancak erişim ağı ile ilgili herhangi bir ilişki tespit edilememiştir (Tablo 3). H2 Hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Bölüm 5.3'te bahsedildiği üzere; Kariyer Danışmanlığı hizmeti vermek üzere kariyer merkezleri, platforma ekledikleri kariyer danışmanı sayısı, bu kariyer danışmanlarının kullanıcıların erişimine açtığı oturum sayısı ve gerçekleştirilen görüşme sayısı bakımından farklılaşabilmektedir.

Bu kapsamda söz konusu 3 durumun, erişim ağı ve kullanıcı etkileşimi ile olan ilişkisi H3'ün alt hipotezleri olarak regresyon analizi ile sınanmıştır.

	(H3.1) **Toplam Kullanıcı**	(H3.2) **KD Randevu Talebi**
KD Sayısı	0.072	0.659***
	(0.112)	(0.178)
Gözlem Sayısı	198	198
R-2	0.475	0.402

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir. (*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 9: Kariyer Danışmanı Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Randevu Talebi Sayılarının İlişkisi

H3.1. Platformdaki Kariyer Danışmanı sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Analiz sonuçları kariyer merkezleri tarafından platforma eklenen kariyer danışmanı sayısı ile kayıt olan öğrenci sayıları arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir. H3.1 reddedilmiştir (Tablo 9).

H3.2. Platformdaki Kariyer Danışmanı sayısı ile kullanıcıların kariyer danışmanlığı talep sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer danışmanı sayısı ile danışmanlık talebinde bulunan kullanıcı sayısı arasındaki ilişki incelendiğinde ise, yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiş, H3.2 kabul edilmiştir.(Tablo 9; p<0,01)

	(H3.3) **Toplam Kullanıcı**	(H3.4) **KD Randevu Talebi**
KD Oturum Oluşturma	0.074	0.925***
	(0.107)	(0.048)
Gözlem Sayısı	30	30
R-2	0.732	0.951

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite İli kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir. *** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir. (*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 10: Görüşme Oturumu Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Randevu Talebi Sayılarının İlişkisi

H3.3. Başvuruya açık danışmanlık oturumu sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer danışmanlarınca oluşturulan randevu talebine açık oturum sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasındaki ilişki H3.3 hipotezi kapsamında incelenmiştir. Analiz sırasında; platformda işlem yapan 51 kariyer danışmanından sadece 30'unun görüşme oturumu oluşturduğu görülmüş ve 30 gözlem sayısı üzerinden gerçekleştirilen analizlerde anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Hipotez 3.3 reddedilmiştir (Tablo 10).

H3.4. Başvuruya açık danışmanlık oturumu sayısı ile kullanıcıların kariyer danışmanlığı talep sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Hipotez kapsamında kariyer danışmanları tarafından kullanıcıların başvurusuna açılan görüşme oturumu sayısı ile kullanıcıların randevu talep etme sayısı arasındaki ilişki 30 gözlem sayısı üzerinde incelenmiştir. Açılan görüşme oturumu sayısı ile randevu talep eden kullanıcı sayısı arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiş ve H3.4 hipotezi doğrulanmıştır (Tablo 10; p<0,01).

	(H3.5) **Toplam Kullanıcı**	(H3.6) **KD Randevu Talebi**
KD Görüşmesi	0.050	1.095***
	(0.141)	(0.063)
Gözlem Sayısı	30	30
R-2	0.724	0.977

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir. (*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 11: Gerçekleştirilen Görüşme Sayısı ile Kullanıcıların Kayıt ve Randevu Talebi Sayılarının İlişkisi

H3.5. Gerçekleştirilen danışmanlık görüşmesi sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Görüşme oturumu açan 30 kariyer danışmanın tamamının randevu talebi aldığı ve görüşme gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. 30 Gözlem sayısı üzerinden gerçekleştirilen danışmanlık görüşmesi ile platforma kayıt olan öğrenci sayısı arasındaki ilişki incelendiğinde ise anlamlı bir ilişki tespit edilememiş olup hipotez H3.5 reddedilmiştir (Tablo 11).

H3.6. Gerçekleştirilen danışmanlık görüşmesi sayısı ile kullanıcıların kariyer danışmanlığı talep sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer danışmanlarınca gerçekleştirilen danışmanlık görüşmesi sayısı ile kullanıcıların danışmanlık randevusu talep etme sayısı arasındaki ilişki incelendiğinde ise yüksek seviye anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. H3.6 kabul edilmiştir (Tablo 11; p<0,01)

6.2.2 Platformun Etkin Kullanımı ve Kullanıcı Çeşitliliği Arasındaki İlişki

Kullanıcıların çeşitliliği ile kariyer merkezleri hizmetlerinden yararlanmak üzere sisteme kayıt olan kişilerin kaç farklı bölümden geldiği ifade edilmektedir. Kullanıcıların çeşitliliğinin artması kariyer merkezlerinin, kariyer gelişimi ve istihdam imkânları bakımından farklı içeriklere sahip hizmetlere ihtiyaç duyan farklı bölümlerin öğrenci ve mezunlarına yönelik hizmet üretebildiğini göstermektedir.

Kariyer merkezlerinin platformu etkin kullanımı ile kullanıcıların çeşitliliğine ilişkin 1 temel ve bu hipotezle ilişkili 14 alt hipotez ortaya atılmıştır.

H4 Hipotezi; "Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetlerine", yönelik hizmetler için platformun kariyer merkezlerince kullanımı ile kullanıcıların çeşitliliği arasındaki ilişkisi ile ilgilidir.

	(H4) **Kullanıcı Çeşitliliği**
KM İşlem Sayısı	0.344*** (0.128)
Gözlem Sayısı	198
R-2	0.438

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir.
(*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 12: Kariyer Merkezlerinin Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri Kapsamında Gerçekleştirdiği İşlem Sayısı ile Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi

6.2.2.1 H4: Dijital platformların "Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri" için etkin kullanımı ile kullanıcı çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer merkezlerinin "Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri" için DKP'yi kullanma sayısı ile bu hizmetlerden yararlanmak üzere platforma kayıt olan kullanıcı çeşitliliği arasındaki ilişki sınanmıştır.

Platformun, Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetlerine ilişkin işlemler için kullanımının artması ile kullanıcı çeşitliliği arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Tablo 12, p<0,01). H4 Hipotezi doğrulanmıştır.

Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam Hizmetleri kapsamında gerçekleştirilen faaliyetler için DKP'nin ilgili 5 farklı fonksiyonunun (Bkz. Bölüm 4.4) etkin kullanımı ile platforma kayıt olan kullanıcıların ve bu faaliyetlere yönelik işlem yapılan kullanıcıların çeşitliliği ile ilişkisi H4'nin 14 farklı alt hipotezi şeklinde regresyon analizi ile sınanmıştır.

	(H4.1) **Kullanıcı Çeşitliliği**	(H4.2) **İşveren Listeleyenlerin Çeşitliliği**	(H4.3) **Profil İnceleyenlerin Çeşitliliği**
İşveren Talebi Onaylama	0.215*	0.417	0.146
	(0.128)	(0.274)	(0.120)
Gözlem Sayısı	198	197	196
R-2	0.416	0.420	0.412

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir.
(*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 13: Eklenen İşveren Sayısı ile Kayıt Olan ve İşverenlerle İlgili İşlem Yapan Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi

H4.1. Platformdaki işveren sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Platformdaki işveren sayısı ile kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasındaki ilişkiye yönelik gerçekleştirilen regresyon analizinde düşük seviye anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir (Tablo 13; p<0,1)

H4.2. Platformdaki işveren sayısı ile işveren listesini inceleyen kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H4.2 hipotezinde kullanılan verilerde; üniversitelerin bir tanesinin kullanıcıların, işveren listeleme işlemini hiç yapmadığı görülmüş ve analizler 197 gözlem sayısı üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Analizlerde; işveren sayısı ile bu işverenlerin yer aldığı listeyi inceleyen kullanıcıların çeşitliliği arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiş ve H4.2 hipotezi reddedilmiştir (Tablo 13).

H4.3. Platformdaki işveren sayısı ile işveren profilini inceleyen kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Verilerde; 2 üniversitenin kullanıcılarının işveren detaylı profilini inceleme işlemini hiç yapmamış olduğu tespit edilmiş dolayısıyla analizler 196 gözlem sayısı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar; işveren sayısı ile bu işverenlere ilişkin detaylı bilgilerin bulunduğu profilleri inceleyen kullanıcıların çeşitliliği arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermiş ve H4.3 Hipotezi reddedilmiştir (Tablo 13).

	(H4.4) **Kullanıcı Çeşitliliği**	(H4.5) **İş/Staj İşlemi Yapanların Çeşitliliği**	(H4.6) **İş / Staja Başvuranların Çeşitliliği**
İş / Staj İlanı Onaylama	0.325***	0.427***	0.332**
	(0.090)	(0.116)	(0.131)
Gözlem Sayısı	198	198	189
R-2	0.457	0.438	0.472

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir. (*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 14: İş / Staj İlanı Sayısı ile Kayıt Olan ve İş / Staj İlanlarıyla İlgili İşlem Yapan Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi

H4.4 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Platformdaki başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasındaki ilişki incelenmiş, yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir (Tablo 14; p<0,01). Hipotez H4.4 kabul edilmiştir.

H4.5 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarıyla ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

İş / staj ilanı sayısı ile bu ilanlara ilişkin platformda işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir (Tablo 14; p<0,01). Hipotez H4.5 kabul edilmiştir.

H4.6 Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarına başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

İş / staj ilanlarına ilişkin farklı işlemler yapmasına rağmen; 11 üniversitenin kullanıcıların bu ilanlara herhangi başvurmadığı tespit edilmiş ve analizler 189 gözlem sayısı üzerinden gerçekleştirilmiştir.

İş / staj ilanı sayısı ile bu ilanlara başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir (Tablo 14; p<0,05). Hipotez H4.6 kabul edilmiştir.

	(H4.7) **Kullanıcı Çeşitliliği**	(H4.8) **Etkinlik İşlemi Yapanların Çeşitliliği**	(H4.9) **Etkinliğe Başvuranların Çeşitliliği**
İşveren Etkinliği Onaylama	0.297***	0.349***	0.299***
	(0.090)	(0.098)	(0.092)
Gözlem Sayısı	198	197	194
R-2	0.459	0.461	0.494

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir. (*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 15: İşveren Etkinliği Sayısı ile Kayıt Olan ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Yapan Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi

H4.7. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

İşverenler tarafından düzenlenen kariyer etkinliklerinin sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı çeşitliliği arasındaki ilişki incelenmiş ve yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir (Tablo 15; p<0,01) H4.7 hipotezi kabul edilmiştir.

H4.8. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Üniversitelerin 1'inde işveren kullanıcıların herhangi bir kariyer etkinliği işlemi yapmadığı tespit edilmiş, analizler 197 gözlem sayısı üzerinden gerçekleştirilmiştir.

İşveren kariyer etkinlikleri sayısı ile bu etkinlikler ile ilgili platformda işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir (Tablo 15; p<0,01). H4.8 hipotezi kabul edilmiştir.

H4.9. Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kullanıcıları kariyer etkinlikleri ile ilgili işlem yapan 197 üniversitenin 3 tanesinde, herhangi bir etkinlik başvurusunun olmadığı görülmüş ve analizler 194 gözlem sayısı üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Sonuçlar, işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğuna işaret etmiştir (Tablo 15; p<0,01). H4.9 hipotezi kabul edilmiştir.

	(H4.10) **Kullanıcı Çeşitliliği**	(H4.11) **Etkinlik İşlemi Yapanların Çeşitliliği**	(H4.12) **Etkinliğe Başvuranların Çeşitliliği**
Etkinlik Oluşturma	0.051	0.103***	0.129***
	(0.031)	(0.036)	(0.033)
Gözlem Sayısı	198	197	194
R-2	0.405	0.416	0.476

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir.
(*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 16: Kariyer Merkezi Etkinliği Sayısı ile Kayıt olan ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Yapan Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi

H4.10. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Doğrudan kariyer merkezleri tarafından kullanıcılara yönelik düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile kaydolan kullanıcı sayısı arasındaki ilişki incelenmiş anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. H4.10 hipotezi reddedilmiştir (Tablo 16).

H4.11. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Üniversitelerin birinde kullanıcıların işveren etkinliklerine ilişkin hiçbir işlem yapmaması nedeni ile analiz 197 gözlem sayısı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar; kariyer merkezleri tarafından düzenlenen kariyer etkinliklerinin sayısı ile bu etkinlikler ile ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğunu göstermiştir (Tablo 16; p<0,01). H4.11 hipotezi kabul edilmiştir.

H4.12. Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer etkinliklerine ilişkin çeşitli incelemeler yapmasına rağmen, bu etkinliklere başvuru yapılmayan üniversite sayısı 3'tür. Dolayısıyla analizler 194 üniversite üzerinden yapılmıştır. Sonuçlar kariyer merkezlerince düzenlenen etkinlik sayısı ile bu etkinliklere başvuru yapan öğrencilerin çeşitliliği arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğunu göstermiştir (Tablo 16; p<0,01). H4.12 hipotezi kabul edilmiştir.

	(H4.13)	(H4.14)
	Kullanıcı Çeşitliliği	**Duyuru İşlemi Yapanların Çeşitliliği**
Duyuru Oluşturma	-0.020	0.004
	(0.067)	(0.078)
Gözlem Sayısı	198	196
R-2	0.402	0.398

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir. *** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir. (*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Tablo 17: Duyuru Sayısı ile Kayıt Olan ve Etkinlikler ile İlgili İşlem Yapan Kullanıcıların Çeşitliliği İlişkisi

H4.13. Paylaşılan duyuru sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Kariyer merkezleri tarafından kullanıcılara yönelik yapılan duyuruların kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasındaki ilişki analiz edilmiş, anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. H4.13 hipotezi reddedilmiştir (Tablo 17).

H4.14. Paylaşılan duyuru sayısı ile duyurularla ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

Duyuru yayınlayan üniversitelerden 2 tanesinin kullanıcılarının söz konusu duyurular ile ilgili herhangi bir işlem yapmaması nedeni ile 196 gözlem sayısı üzerinden analizler gerçekleştirilmiş ve paylaşılan duyuru sayısı ile duyurulara ilişkin işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. H4.14 hipotezi reddedilmiştir (Tablo 17).

6.2.3 Sosyal Medya ve Kullanıcıların Dijital Platformları Kullanması Arasındaki İlişki

Kariyer merkezleri tarafından yapılan sosyal medya paylaşımlarının, kullanıcıları dijital platformlara yönlendirmesi arasındaki ilişki, merkezce Twitter'da paylaşım yapılan gün ile bir gün öncesinde ve bir gün sonrasında kullanıcıların platformda yaptıkları işlemlerin sayısı karşılaştırılarak analiz edilmiştir.

	(H5)	(H5-v2)	(H5-v3)
	Kullanıcı İşlem Sayısı	**Kullanıcı İşlem Sayısı**	**Kullanıcı İşlem Sayısı**
SM Değişimi	0.898***	0.097***	0.110***
	(0.034)	(0.035)	(0.034)
Gözlem Sayısı	7,341	6,050	6,132
R-2	0.327	0.240	0.236

Not: Bu tablodaki analizler (1) numaralı model kullanılarak analiz edilmiştir. Bütün analizlerde Üniversite Türü, Üniversite Ligi ve Üniversite Bölgesi kontrol edilmiştir. Parantez içerisindeki sayılar robust standart hataları temsil etmektedir.
*** %99 seviyesinde anlamlılığı, ** %95 seviyesinde anlamlılığı ve * %90 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir.
(*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1)

Grafik 53: Sosyal Medyanın Kullanıcıların Platformlara Yönlendirilmesindeki Rolü

6.2.3.1 H5: Sosyal medyanın etkin kullanılması, öğrenci / mezunları dijital platformlara yönlendirmede kolaylaştırıcı role sahiptir.

Regresyon analizleri için kariyer merkezinin sosyal medya paylaşımı yaptığı günün bir gün öncesi 0, paylaşım yaptığı gün ve bir gün sonrası da 1 değerini almaktadır. Tweet saatleri kesin olarak bilinmediğinden, kullanıcı hareketlerinin hem Tweet'in paylaşıldığı gün hem de takip eden günde incelenmesi uygun görülmüştür.

Bu doğrultuda; Tablo 53, H5 bölümünde görüleceği üzere, kariyer merkezlerinin Twitter üzerinden yaptıkları paylaşım ile kullanıcıların platformda yaptığı işlem sayısı arasında yüksek seviye anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir (p<0,01).

H5 hipotezi sınamasında, Tweet saati bilinmediği için kullanılan Tweet atıldığı gün ve bir gün sonrasındaki kullanıcı hareketlerinin toplamanın sonuçlarımızı etkileyip etkilemediğini kontrol etmek için aynı model bir kez de tweetin atıldığı gün ve atıldığı günü takip eden gündeki kullanıcı hareketleri dikkate alınarak analiz edilmiştir. Tablo 53, H5-v2 bölümünde görüleceği üzere, bu modelde bağımsız değişkenin büyüklüğü değişse de anlamlılığı değişmemiş, yaptıkları paylaşım ile kullanıcıların

platformda yaptığı işlem sayısı arasında yüksek seviyede anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiş, hipotez doğrulanmıştır (p<0,01).

Ek bir kontrol daha yapmak amacı ile son olarak, sadece tweet atıldığı günün etkisini ölçmek üzere SM Değişimi tweet atıldığı günün bir gün öncesi 0, atıldığı gün 1 olacak şekilde tekrar tanımlanarak analiz gerçekleştirilmiştir. Aynı şekilde, Tablo 53, H5-v3 bölümünde görüleceği üzere üniversitenin tweet atmasının öğrenci kullanımını arttırdığı sonucu gözlemlenmeye devam edilmiş ve paylaşım ile kullanıcıların işlem sayısı arasında yüksek seviye anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir (p<0,01).

H5-v2 ve H5-v3 karşılaştırmaları; "SM Değişimi" değişkenin büyüklüğündeki farklılık, tweet atıldığı gün daha fazla etkileşim olduğuna işaret etmektedir.

Araştırmaya ilişkin tüm hipotez sonuçları Tablo 18'de paylaşılmıştır.

Hipotez No	**Hipotez**	**Analiz Sonucu**
Platformun Etkin Kullanımı ve Erişilen Kullanıcı Sayısı Arasındaki İlişki		
H1	Kariyer Merkezlerinin dijital platformu tüm hizmetleri için etkin şekilde kullanması ile erişim ağları ve kullanıcı etkileşimleri arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,05) (p<0,01)
H2	Dijital plarformun "deneyimsel öğrenme ve istihdam" hizmetleri için etkin kullanımı ile kariyer merkezinin erişim ağı ve kullanıcı etkileşimi arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,05) (p<0,01)
H2.1	Platformdaki işveren sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Reddedilmiştir
H2.2	Platformdaki işveren sayısı ile işveren listesini inceleyen kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Kabul Edilmiştir (p<0,1)
H2.3	Platformdaki işveren sayısı ile işverenlerin profilini inceleyen kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Reddedilmiştir
H2.4	Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H2.5	Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarıyla ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H2.6	Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarına başvuran kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H2.7	Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H2.8	Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H2.9	Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H2.10	Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Reddedilmiştir
H2.11	Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklerle ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H2.12	Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H2.13	Paylaşılan duyuru sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Reddedilmiştir

H2.14	Paylaşılan duyuru sayısı ile duyurularla ilgili işlem yapan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,1)
H3	Dijital platformun "kariyer danışmanlığı" hizmetleri için etkin kullanımı ile kariyer merkezlerinin erişim ağı ve kullanıcı etkileşimi arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Reddedilmiştir
H3.1	Platformdaki Kariyer Danışmanı sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Reddedilmiştir
H3.2	Platformdaki Kariyer Danışmanı sayısı ile kullanıcıların kariyer danışmanlığı talep sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H3.3	Başvuruya açık danışmanlık oturumu sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Reddedilmiştir
H3.4	Başvuruya açık danışmanlık oturumu sayısı ile kullanıcıların kariyer danışmanlığı talep sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H3.5	Gerçekleştirilen danışmanlık görüşmesi sayısı ile platforma kaydolan kullanıcı sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Reddedilmiştir
H3.6	Gerçekleştirilen danışmanlık görüşmesi sayısı ile kullanıcıların kariyer danışmanlığı talep sayısı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
Platformun Etkin Kullanımı ve Kullanıcı Çeşitliliği Arasındaki İlişki		
H4	Dijital platformun "deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri" için etkin kullanımı ile kullanıcı çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H4.1	Platformdaki işveren sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,1)
H4.2	Platformdaki işveren sayısı ile işveren listesini inceleyen kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Reddedilmiştir
H4.3	Platformdaki işveren sayısı ile işveren profilini inceleyen kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Reddedilmiştir
H4.4	Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H4.5	Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarıyla ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H4.6	Başvuruya açık iş / staj ilanı sayısı ile iş / staj ilanlarına başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,05)
H4.7	Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H4.8	Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H4.9	Başvuruya açık işveren kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H4.10	Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Reddedilmiştir
H4.11	Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H4.12	Düzenlenen kariyer etkinliği sayısı ile etkinliklere başvuran kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir (p<0,01)
H4.13	Paylaşılan duyuru sayısı ile platforma kaydolan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır.	Reddedilmiştir
H4.14	Paylaşılan duyuru sayısı ile duyurularla ilgili işlem yapan kullanıcıların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişki vardır	Reddedilmiştir
Sosyal Medya ve Kullanıcıların Dijital Platformları Kullanması Arasındaki İlişki		
H5	Sosyal medyanın etkin kullanılması, öğrenci / mezunları dijital platformlara yönlendirmede kolaylaştırıcı role sahiptir	Kabul Edilmiştir (p<0,01)

Tablo 18: Hipotezlere İlişkin Analiz Sonuçları

7. BULGULARIN YORUMU ve TARTIŞMA

Bu bölümde; araştırma kapsamında elde edilen bulgular, kariyer merkezlerinin erişim ağı, kullanıcı etkileşimi ve kullanıcı çeşitliliği kapsamında yorumlanıp tartışılacaktır.

Kariyer merkezlerinin iki temel hizmeti olan "Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam" ve "Kariyer Danışmanlığı" analiz sonuçları için kabaca iki durumdan söz etmek mümkündür.

Deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetlerine ilişkin analizlerde; literatürle tutarlı sonuçlara ulaşılmıştır. Platformun söz konusu hizmetlere yönelik kullanımının artması, kariyer merkezlerinin erişim ağını genişletmekte ve kullanıcılarla olan etkileşime ve kullanıcı çeşitliliğinin artmasına katkı sağlamaktadır (Lawson, 2014; Mckenzie ve Howell, 2005; OECD, 2002a; Tansley, 2019).

Ancak platformun kariyer danışmanlığı hizmetleri için kullanımına ilişkin elde edilen bulgular literatürdeki bazı bilgiler ile örtüşmemektedir. Örneğin; literatürde kariyer danışmanlığının dijital platformlardan sunulması ile bu hizmetlere erişimin kolaylaşacağı, süreçleri daha verimli ve etkin hale getireceğinden bahsedilmedir (Pordelan ve Hosseinian, 2020; Whiston, Brecheisen ve Stephens, 2003). Ancak mevcut araştırmanın sonuçları kariyer danışmanlığı hizmetinin öğrenci ve mezunları platforma kaydolma yönünde motive etmediğini göstermektedir. Bu noktada; kariyer danışmanlarına ilişkin analizlerde kullanılan gözlem sayısının düşük olduğunu hatırlatmakta fayda vardır. Gözlem sayısı istatistiki analizler için yeter sayıda olsa da daha fazlasına ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir.

Kariyer merkezlerinin dijital platformları hangi hizmet türleri için kullanması durumunda erişim ağlarının, kullanıcı etkileşimlerinin ve çeşitliliklerinin destekleneceği, hizmetlerin alt fonksiyonları da dâhil edilerek bu bölümün ilerleyen başlıklarında ele alınmıştır. Ayrıca betimleyici bulgulara ilişkin yorumlar paylaşılmıştır.

7.1 Betimleyici Bulgulara İlişkin Çıkarımlar

Analizler için 16 Mayıs 2020 ve 4 Aralık 2020 tarihleri arasında DKP'yi kullanan 292.699 öğrenci / mezuna ait 12.256.837 işlem analiz edilmiştir. Söz konusu tarihe kadar platforma kaydolan öğrenci sayısı ise yaklaşık 600.000'dir.

Analizlerde kullanılan 6 aylık süre zarfında; kullanıcıların yaklaşık yarısının sistemde işlem yapmış olması, dijital platformların kariyer merkezi hizmetlerinin sunulması için etkili bir araç olduğuna işaret etmektedir. Bu durum ise kariyer merkezlerinin öğrenci / mezunları platforma dâhil edebilmesi halinde öğrenci /mezunlar ile kuracakları etkileşimin, kayıt sayısına paralel olarak artacağını düşündürtmektedir. İlgili tarih aralığında; Covid-19 salgını nedeniyle öğrencilerin kampüslerden uzakta olması, örgün eğitime devam edilememesi ve salgının sebep olduğu iş yaşamındaki durağanlık göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu etkilerin ortadan kalkması halinde platform üzerinden kurulan etkileşimin çok daha fazla olması beklenmektedir.

Demografik bilgiler ve eğitim durumu analizleri ise; platformun yaş ortalaması 22,71 olan kadın yoğun (%52,52) ve henüz öğrenciliği devam eden (% 92,88) bir kitle tarafından kullanıldığı göstermektedir. Öğrencilerin %76,07'si ise lisans eğitimine devam etmektedir. Bölüm incelemelerinde ise kullanıcıların %27,27'sinin altı bölüm grubu (Sırasıyla; Teknik Eğitim, Siyaset Bilimi-Kamu Yönetimi-Uluslararası İlişkiler ve Sağlık Hizmetleri, Bilgisayar Mühendisliği, İşletme, Öğretmenlik), kalan %72,73'ünün ise 74 bölüm grubu arasında dağıldığı tespit edilmiştir. Bölüm dağılımları, üniversite bazında en çok öğrenciye sahip bölümlerin platforma daha çok kaydolduğunu göstermektir. Ayrıca, salgın koşullarının kullanıcı çeşitliliğini arttıracak faaliyetler düzenlenmesini sınırladığı, dolayısıyla söz konusu koşullar ortadan kalktığında çeşitliliğin daha da artacağını düşündürtmektedir.

Kullanıcıların üniversitelerinin coğrafi dağılımları incelendiğinde; potansiyel kullanıcı sayısı ile mevcut kullanıcıların sayısı arasında tutarlılık olduğu, örneğin; il bazındaki en çok kullanıcıya, öğrenci sayısına bağlı olarak üç büyük şehirdeki (İstanbul, Ankara ve İzmir) üniversitelerin sahip olduğu görülmektedir.

Ancak platformu yoğun şekilde kullanan öğrenci ve mezunların üniversiteleri incelendiğinde bu durumun değiştiği ve kullanıcıları en aktif üniversitelerin Anadolu'nun farklı bölgelerinden olduğu görülmektedir. Bu durum ise; platformun işverenlerin yoğun olarak bulunduğu merkeze uzak coğrafyalarda da hizmetlerin sunulması için işlevsel olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla platform üzerinden sunulan kariyer hizmetleri, coğrafi olarak dezavantajlı konumda olan üniversitelerin öğrenci ve mezunları için imkânlara erişim konusunda fırsat eşitliğini desteklemektedir.

7.2 Erişim Ağını Genişleten Hizmetlere İlişkin Çıkarımlar

Analiz sonuçları, bir bütün olarak kariyer merkezleri için platform kullanımının erişim ağını genişlettiğini göstermektedir (H1; $p<0,05$). Platform kullanımı, deneyimsel öğrenme ve kariyer danışmanlığı hizmetleri kapsamında ayrı ayrı incelendiğinde ise; deneyimsel öğrenme ve istihdama yönelik hizmetleri platform aracılığıyla paylaşmanın yeni kullanıcılara erişmek bakımından fayda sağladığı (H2; $p<0,05$), kariyer danışmanlığının ise bu yönde bir etkisi olmadığı görülmektedir (H3).

Deneyimsel Öğrenme ve İstihdam hizmetleri kapsamında kullanılan fonksiyonların erişim ağı üzerindeki etkisi, tek tek ele alınıp aşağıdaki şekilde yorumlanmıştır.

İş / Staj İlanları

Başvuruya açık iş ve staj ilanı sayısı ile kullanıcıların platforma kaydolma eğilimi arasında yüksek seviyede anlamlı ilişki tespit edilmiştir (H2.4). Dolayısıyla erişim ağını genişletmek bakımından kariyer merkezlerinin iş / staj ilanlarını platform üzerinden başvuruya açması faydalı olacaktır. Bu yöndeki etkiyi arttırmak için; ulusal ve uluslararası büyük ölçekli işverenlerin ilanları ile birlikte üniversite bölgesinde bulunan KOBİ ve / veya start-up niteliğindeki işverenlerin ilanlarının da platforma dahil edilmesi önerilebilir. Ayrıca Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Organize Sanayi Bölgeleri, Ticaret ve

Sanayi Odaları gibi kurum / kuruluşlar ile yapılacak işbirlikleri hem iş / staj ilanlarının sayısını arttırmak hem de kariyer merkezi- işveren işbirliklerini güçlendirmek bakımından önem arz etmektedir.

İşveren Kariyer Etkinlikleri

Kullanıcıları platforma dâhil ederek, kariyer merkezinin erişim ağını genişlettiği tespit edilen bir diğer fonksiyon ise, işveren kariyer etkinlikleridir (H4.7; $p<0,01$). Dolayısıyla platformdaki işveren kariyer etkinliği sayısını arttırmak, kariyer merkezlerinin daha geniş bir kitleye hizmetlerini ulaştırması için kullanılabilecek uygun bir araçtır. Yukarıda bahsi geçen, işveren işbirlikleri vasıtasıyla elde edilecek iletişim ağının, kariyer etkinliklerinin sayısını arttırmak bakımından da faydalı sonuçlar doğurması beklenir. Öğrenci ve mezunların işveren kariyer etkinliklerine gösterdikleri ilginin, işverenler ile paylaşılması, işverenlerin marka bilinirliklerine verdikleri önem ve genç yetenekleri kuruma çekme istekleri nedeniyle işverenleri kariyer etkinliği düzenleme konusunda da motive edecektir. Ayrıca platform üzerinden kullanıcıların hangi tip etkinliklere (sunum atölye, örnek olay çalışması mülakat simülasyonu vb.) daha fazla ilgi gösterdiğine ilişkin bilgiler incelenip sonuçları işverenler ile paylaşıldığında; gelecek etkinliklerin kullanıcı talepleri ile daha fazla örtüşür olması sağlanabilir.

Kariyer Merkezi Etkinlikleri

İşveren kariyer etkinliklerinin, yeni kullanıcılara erişme üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda; doğrudan kariyer merkezleri tarafından düzenlenen etkinliklerin kullanıcılar üzerinde benzer bir etkisinin olmadığını gösteren sonuçlar şaşırtıcı olarak değerlendirilmiştir (H2.7) Bu sonuç birkaç farklı ihtimali akla getirmektedir;

Öncelikle; işveren kariyer etkinlikleri, işverenler ile doğrudan bağlantı kurma imkânı yaratması nedeniyle kullanıcılar tarafından daha çok tercih ediliyor olabilir.

Diğer taraftan, kariyer merkezlerince düzenlenen etkinlikler kullanıcıların kariyer ihtiyaçlarına işveren etkinlikleri kadar cevap vermiyor da olabilir. Ancak etkinliklerin içeriklerinin kullanıcıların reaksiyonları üzerinde yarattığı etkiyi incelemek ayrı bir araştırma konusudur. Mevcut araştırma kapsamında kariyer merkezlerinin etkinliklerini; geçmişte düzenlenenlere ait başvuran sayısı, profili vb. verileri inceleyerek, kullanıcılar tarafından en çok talep görenleri örnek alarak kurgulamalarının önerilmesi uygun görülmüştür.

Bu noktada; işverenlerce düzenlenen etkinliklerin kapsamının sınırlı kalacağı, akademik kariyer gibi farklı kariyer alternatiflerine ilişkin etkinliklerin sadece kariyer merkezlerince düzenlenebileceği de göz önünde bulundurulmalıdır.

Duyurular

Erişim ağının genişlemesine katkı sağlayacağı düşülmesine rağmen herhangi bir etki tespit edilemeyen bir diğer deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmeti ise; öğrencilere ulaştırılan çeşitli duyurulardır

(H2.13). Duyurulara ilişkin kullanıcıların platform üzerinden yapabileceği tek işlem ise duyuru metinlerini okuyup varsa yönlendirme linki aracılığı ile duyurunun ilişkili olduğu birim / kuruma ulaşmaktır. Dolayısıyla kullanıcıların özellikle de, sosyal medya ya da farklı bir kanal aracılığı ile söz konusu fırsattan haberdar olması durumunda, platforma giderek duyuru detayını incelemek yerine doğrudan ilgili kurumdaki bilgilere ulaşmayı tercih etmiş olabileceği düşünülmektedir.

Ayrıca sonuç değerlendirmelerinde, betimleyici istatistikler bölümünde paylaşıldığı üzere, duyuru modülünün sadece 29 kariyer merkezi tarafından oldukça sınırlı şekilde kullanıldığı da göz önünde bulundurulmalıdır.

Duyuru fonksiyonunun erişim ağına katkı sağlayabilmesi için, üniversite içindeki hizmetlere ilişkin duyuruların sadece platform üzerinden paylaşılmasının faydalı olabileceği öngörülmektedir. Ayrıca kariyer merkezlerinin kariyer fırsatlarına ilişkin bilgileri web siteleri, sosyal medya gibi farklı bir kanaldan paylaşılmadan önce platforma girmeleri durumunda, kullanıcıların bu tip bilgilere daha hızlı erişmek için platforma kayıt olma yönünde davranış sergileyebilecekleri de beklenmektedir.

İşveren Bilgileri

Platormdaki işveren sayısını artırmanın, kariyer merkezlerinin erişim ağına katkı sağlamadığı sonucuna ulaşılmıştır (H2.1). Söz konusu modülün kullanıcılara sağladığı imkânlar incelendiğinde, sadece işverenlerin temel bilgilerinin (sektör, adres, web sitesi, sosyal medya hesapları) erişilebilir olduğu görülmüştür. Kullanıcılar, işverenlerin web siteleri ve LinkedIn gibi sosyal medya platformları aracılığıyla aynı bilgilere ulaşabildiği gibi ilgilendikleri işverenler hakkında çok daha detaylı inceleme yapma imkânı bulabilmektedirler. Dolayısıyla kullanıcıların bu gibi bilgilere erişmek için platforma kaydolmayı tercih etmemesi şaşırtıcı değildir.

Modülün kariyer merkezlerinin erişim ağına katkı sağlayan bir yapıya dönüştürülmesi için, işverenlerin projelerin sağladığı kariyer fırsatları ve projeler kapsamında ihtiyaç duyulan insan kaynağının nitelikleri gibi, kullanıcılara kendilerini geliştirme imkânı sağlayacak bilgileri içermesi gerektiği düşünülmektedir.

Kariyer Danışmanlığı (Danışman, Görüşme Oturumu ve Gerçekleştirilen Görüşme Sayıları)

Kariyer danışmanlığına ilişkin DKP fonksiyonları ile erişim ağının genişletilmesi arasındaki ilişki incelendiğinde ise; hizmet vermeye hazır kariyer danışmanı sayısı, danışmanlarca açılan oturum sayısı ve gerçekleştirilen görüşmeler de dâhil olmak üzere hiçbiri ile anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir (H3.1, H3.3, H3.5).

Daha önce de bahsedildiği üzere, platformun kariyer danışmanlığı özelliği az sayıda üniversite tarafından kullanılmaktadır (Bkz. Bölüm 6.1.3). Dolayısıyla sonuçlar bu sınırlı sayıdaki kariyer danışmanlığı hizmetine yöneliktir. Söz konusu modülün tüm üniversitelerce kullanılmıyor olması 2

nedeni akla getirmektedir: kariyer danışmanlığı yapacak nitelikte insan kaynağının bulunmaması ve öğrencilerde kariyer danışmanlığının önemine ilişkin yeterli bilincin oluşmamış olması.

Diğer bir çıkarım ise kariyer danışmanlığının, psikolojik danışmanlık kadar olmasa da doğası gereği mahremiyet içermesi ile ilgili olabilir. Dolayısıyla platformun diğer kullanıcılara kulaktan kulağa yayılmasına katkı sağlamadığı da düşünülebilir. Farklı bir araştırmanın konusu olarak; öğrencilerin, kariyer danışmanlığını mahrem konuları içeren bir danışmanlıktan tutumsal olarak ne kadar ayrıştırabildiğinin incelenmesi gerektiği düşünülmektedir.

7.3 Kullanıcı Etkileşimini Artıran Hizmetlere İlişkin Çıkarımlar

Platformun bütüncül bir anlayışla kullanması, erişim ağının genişlemesini desteklediği kadar kariyer merkezlerinin kullanıcılar ile olan etkileşimi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (H1; $p<0,01$)).

Deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri için platformun kullanımı incelendiğinde ise; söz konusu hizmetlere yönelik platform kullanımının, kariyer merkezlerinin kullanıcılar ile olan etkileşimini desteklediği sonucuna ulaşılmaktadır (H2; $p<0,01$). Dolayısıyla, öğrenci ve mezunlar ile hizmetleri üzerinden daha fazla etkileşim kurmak isteyen kariyer merkezleri için deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetlerinin platform aracılığıyla sunulması istenen çıktıyı sağlayacaktır.

Deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri kapsamında kullanılan fonksiyonlar ile kariyer merkezi-kullanıcı etkileşimi arasındaki ilişkiyi gözlemlemek üzere yapılan analizlerin sonucuna ilişkin yorumlara aşağıda yer verilmiştir.

İş / Staj İlanları

Başvuruya açık iş / staj ilanlarının kariyer merkezi erişim ağının genişlemesini desteklediği kadar erişim ağındaki kullanıcılar ile olan etkileşimini de arttırdığı görülmüştür (H2.5; $p<0,01$ ve H2.6; $p<0,01$). İş ve staj ilanlarının sayısı arttıkça, bu ilanları inceleyen, ilanlara ilişkin işlem yapan ve başvuran kullanıcı sayısının da arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

İşveren Kariyer Etkinlikleri

Benzer şekilde; işveren kariyer etkinliklerinin sayısı arttıkça, kariyer merkezi-kullanıcı etkileşimi de artmaktadır (H2.8; $p<0,01$ ve H2.9 $p<0,01$). Dolayısıyla; erişim ağını genişletmek yönünde hayata geçirilecek girişimlerin aynı zamanda etkileşimi de destekleyeceği söylenebilir.

Analiz sonuçları hem platformdaki iş / staj ilanı sayısının hem de işverenler tarafından düzenlenen kariyer etkinliklerinin sayısının; öğrenci ve mezunlar ile daha fazla etkileşim kurabilmek için önemli olduğunu göstermektedir. Bu bakımdan; kariyer merkezlerine "Bölüm 7.2" kısmında, işverenler ile olan işbirliklerini geliştirmeye yönelik sunulan önerilerin aynı zamanda kullanıcılar ile etkileşimlerini arttırmak bakımından da faydalı olacağı düşünülmektedir.

Kariyer Merkezi Etkinlikleri

Erişim ağının genişletilmesine destek vermediği tespit edilen kariyer merkezi etkinliklerinin kullanıcılar ile olan etkileşimi arttırdığı görülmüştür. Platformda paylaşılan etkinliklerin sayısı arttıkça, platformda kayıtlı olan kullanıcıların bu etkinliklere başvuru sayısının arttığı (H2.12; p 0,01) ve etkinliklerin detaylarını, başvuru şartlarını inceleme gibi etkinlikler ile ilgili işlemleri daha fazla gerçekleştirdiği tespit edilmiştir (H2.11; p>0,01).

Dolayısıyla kullanıcıları ile etkileşimlerini sürdürmek ve arttırmak isteyen kariyer merkezleri için; kim tarafından düzenlendiği fark etmeksizin kariyer etkinliklerinin sayısını arttırmak, doğru bir yöntem olacaktır.

Duyurular

Yeni öğrenci ve mezunları kariyer merkezinin erişim ağına dâhil etme konusunda etkisi olmamasına rağmen düşük seviyede de olsa mevcut kullanıcılar ile olan etkileşimi desteklediği tespit edilen fonksiyonlardan biri duyurulardır (H2.14). Öğrenci / mezunların, duyurulara ulaşmak için platforma kaydolmasalar bile, hali hazırda kaydolmuş olanların, duyurular bölümünde inceleme yaptığı görülmüştür. Dolayısıyla duyuru paylaşmak kariyer merkezlerinin kullanıcılar ile etkileşimini desteklediğinden göz ardı edilmemesi gereken bir fonksiyon olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu doğrultuda, bölüm 6.3.1'de duyuru ve işveren fonksiyonlarının geliştirilmesine ilişkin getirilen önerilerin tekrarlanmasında fayda görülmüştür.

İşveren Bilgileri

İşverenlere ilişkin platform üzerinden sunulan temel bilgilerin kariyer merkezi-kullanıcı etkileşimini kısmen desteklediği görülmüştür. Öğrenci / mezunlar, işverenlere ilişkin bilgi edinmek üzere platforma kaydolmasalar da, daha önceden kaydolmuş olanların, platformda bulunan, yani kendilerine kariyer fırsatları ulaştırabilecek işverenlerin listesini inceledikleri (H2.2; p<0,02) ancak bu işverenlere ilişkin daha fazla bilgi edinmek için platformu kullanmayı tercih etmedikleri görülmektedir (H2.3).

Söz konusu durumun, daha önce belirtildiği üzere, işverenlere ilişkin platformdan paylaşılan bilgilerin sınırlı olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. İşveren bilgileri modülünün, mevcut hali ile bile etkileşimi olumlu yönde etkilediği düşünüldüğünde Bölüm "7.2 İşveren Bilgileri" kısmında getirilen önerilerin gerçekleştirilmesi halinde, kullanıcı-kariyer merkezi etkileşimine belirgin bir fayda sağlaması beklenmektedir.

Kariyer Danışmanlığı (Danışman, Görüşme Oturumu ve Gerçekleştirilen Görüşme Sayıları)

Kariyer Danışmanlığına yönelik platformun kullanımı incelendiğinde ise; kariyer merkezinin söz konusu hizmetlere yönelik platformu kullanması ile kullanıcı etkileşimi arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır (H3). Ancak kariyer danışmanlığı altındaki fonksiyonlar tek tek ele alındığında; Kariyer

danışmanı sayısının (H3.2; 9<0,01), görüşme talep etme imkânını artırmanın (H3.3; 9<0,01) ve gerçekleştirilen görüşmelerin (H3.3 9<0,01), kariyer merkezi kullanıcı arasındaki etkileşimi artırdığı görülmektedir.

Bu durum, kullanıcıların genelinin söz konusu hizmete ilişkin bir yöneliminin olmadığına ancak bu hizmete ihtiyaç duyan kullanıcıların kariyer merkezi ile olan etkileşimini desteklediğine işaret etmektedir. Dolayısıyla, oldukça sınırlı sayıda kariyer merkezince, çok az sayıda kullanıcının faydalanabileceği şekilde sunulan bu temel hizmete yapılacak yatırımdan alınacak geri dönüşün etkileşim bakımında yüksek fayda sağlayacağı düşündürtmektedir.

7.4 Erişim Ağı Çeşitliliğini Artıran Hizmetlere İlişkin Çıkarımlar

Mevcut çalışmada; kariyer merkezlerinin farklı bölümlerdeki öğrenci / mezunların beklentilerine yönelik hizmet verme potansiyelini arttırmak üzere, dijital platformun deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri kapsamında nasıl kullanabileceği de ele alınmıştır.

Bu doğrultuda; platformun genel olarak tüm deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri için kullanılmasının, kariyer merkezlerinin farklı bölümlerdeki kullanıcılara hitap etme potansiyelini arttırdığı görülmüştür (H4; p<0,01). Ayrıca deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri kapsamındaki tüm fonksiyonların etkisi de incelenmiştir.

İş / Staj İlanları

İş / staj ilanlarının, kariyer merkezlerinin hem daha farklı bölümlerden kullanıcıları erişim ağına dâhil etmesi (H4.4; p<0,01) hem de etkileşim kurduğu kullanıcıların çeşitliliğini arttırması (H4.5; p<0,01 ve H4.6; p<0,05) bakımından yüksek fayda sağladığı tespit edilmiştir.

Bu durumun, platformu kullanan işverenlerin farklı sektörlerden, faaliyet alanlarından gelmesinden ya da farklı pozisyonlara yönelik ihtiyaçlarını platform üzerinden paylaşarak, farklı bölümlerin kullanıcılarına yönelik kariyer fırsatı yaratma potansiyelinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

İşveren Kariyer Etkinlikleri

Platformdaki işveren kariyer etkinlikleri sayısının artması, erişim ağını genişletip etkileşimi arttırdığı gibi kullanıcı çeşitliliğini de yüksek seviyede (h4.7; p<0,01) desteklemektedir. Ayrıca kariyer merkezlerinin etkileşim kurduğu kullanıcıların çeşitliliğini de arttırdığı tespit edilmiştir (H4.8; p<0,01 ve H4.9; p<0,05). İş / staj ilanlarının, kullanıcı çeşitliliği üzerindeki etkisine yönelik paylaşılan görüşlerin, işveren kariyer etkinlikleri için de geçerli olduğu düşünülmektedir.

İşveren Bilgisi

Kariyer merkezlerinin erişim ağı ve kullanıcılarıyla olan etkileşimini destekleyen işveren sayısının artmasının; kaydolan kullanıcıların çeşitliliğine düşük seviyede katkı sağladığı (H4.1; p<0,1), ancak

merkezlerin hali hazırda etkileşim içinde olduğu kullanıcıların çeşitliliğini arttırmadığı görülmüştür (H4.2 ve H 4.3). Bu durum, işveren sayısı ile kaydolan öğrencilerin çeşitliliğindeki artış arasındaki ilişkinin, platform üzerinden sunulan işveren bilgisi ile ilgili değil, aslen iş / staj ilanı yayınlayan ve işveren etkinliği düzenleyen yeni işverenlerin platforma tanımlanması ile ilgili olduğunu düşündürtmektedir.

Yani; platforma iş / staj ilanı yayınlamak ya da kariyer etkinliği düzenlemek üzere yeni işverenler dâhil oldukça (işveren sayısı arttıkça) farklı bölümlerin öğrenci ve mezunlarının bu fırsatlardan yararlanmak üzere platforma kaydoldukları öngörülmekledir. Bu tespit, işverenler ile ilgili platformda işlem yapan kullanıcıların bölüm çeşitliliğinde bir artış olmadığı sonucu (H4.3) desteklemektedir.

Bu öngörünün geliştirilmesinde; işverenler tarafından platform üzerinden öğrenci / mezunlara ulaştırılan iş / staj ilanlarının ve kariyer etkinliklerinin de kullanıcı çeşitliliğini arttırdığı bilgisi aracılık etmiştir. Ancak işverenlerin platform üzerinden paylaştığı kariyer fırsatları ile kariyer merkezlerinin kullanıcı çeşitliliği arasındaki ilişki farklı bir araştırmanın konusudur. Dolayısıyla; gelecek araştırmalarda dijital platformlar üzerinden öğrenci / mezunlara fırsatlarını ulaştıran işverenlerin sektör, faaliyet alanı vb. farklılıkları ile platformdan faydalanan kullanıcıların bölüm çeşitliliği arasındaki ilişkinin incelenmesi faydalı olacaktır.

Kariyer Merkezi Etkinlikleri

Kariyer merkezleri tarafından düzenlenen etkinliklerin, kullanıcı çeşitliliği üzerindeki etkisi incelendiğinde, söz konusu etkinliklerin, yeni kaydolan kullanıcıların çeşitliliğini artırmasa da (H4.10), etkileşim kurulan öğrenci ve mezunların çeşitliliğini artırdığı gözlenmiştir (H4.11; $p<0,01$ ve H4.12; $p<0,01$).

Bölüm 7.2'de belirtildiği üzere, kamu ya da özel sektörde iş hayatına devam etme hedefinden farklı bir hedefe sahip olan, örneğin akademik kariyer düşünen, kullanıcılar için kariyer merkezleri tarafından düzenlenecek etkinlikler önemlidir. Dolayısıyla, kariyer merkezlerinin bu alanda farklı bölüm kullanıcılarına yönelik gerçekleştirileceği etkinliklerin hem erişim ağı çeşitliliğine hem de etkileşim kurulan kullanıcıların çeşitliliğine büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Duyurular

Platformdan paylaşılan duyuruların, kariyer merkezlerinin erişim ağı çeşitliliğine (H4.13) ya da etkileşim içinde olunan kullanıcıların çeşitliliğine (H4.14) katkı sağlamadığı tespit edilmiştir. Bu durum, duyuruların erişim ağı ve kullanıcı etkileşimini de desteklemediği tespiti ile birlikte değerlendirildiğinde beklenen bir sonuç olarak yorumlanmıştır. Duyuru modülüne ilişkin Bölüm 7.2 ve 7.3'te getirilen önerilerin gerçekleştirilmesi halinde sonucun değişebileceği düşünülmektedir.

7.5 Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Çıkarımlar

Kariyer merkezlerinin sosyal medyada paylaşım yapmalarının, kullanıcıları dijital platformlara yönlendirip yönlendirmediğinin incelendiği analizler, literatürdeki bilgiler ile tutarlı sonuçlar vermektedir (Bimrose, Kettunen ve Goddard, 2015; Kettunen, Vuorinen ve Sampson Jr, 2015; J. Y. Lee ve Patel, 2020; Osborn ve LoFrisco, 2012; Stoller, 2013). Kariyer merkezlerinin sosyal medyadaki paylaşım sayılarının artması ile kullanıcıların dijital platformları kullanımları arasında yüksek seviye anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Söz konusu analizler hem teyit amaçlı hem de etkinin hangi gün daha fazla gözlendiğini ölçmek amacı ile Tweet'in atıldığı gün, bir sonraki gün ve her iki gün de dikkate alınarak yinelenmiştir. Söz konusu değerlemeler Tweet atıldığı gün, takip eden güne göre daha fazla sayıda kullanıcının platformu ziyaret ettiğini göstermiştir. Söz konusu durum; kariyer merkezleri için iki önemli noktaya işaret etmektedir;

Öncelikle; erişim ağlarını genişletmek ve kullanıcı etkileşimini arttırmak bakımından dijital platform üzerinden sundukları hizmetleri kullanıcılara ulaştırmak için sosyal medyayı etkin şekilde kullanmaları gerektiği ortaya konmuştur. Bölüm 6.1.7'de görüleceği üzere kariyer merkezlerinin ürettikleri özgün içerik sayısı ile yeniden paylaşma sayıları arasında oldukça küçük bir fark bulunmaktadır. Dolayısıyla; kullanıcıları platformlardaki hizmetlerden haberdar ederken, onların dikkatini çekecek özgün içerikler üretilmesinin söz konusu etkiyi daha da artıracağı düşülmüştür.

Diğer bir konu ise paylaşımın yapıldığı gün ve saat ile ilgilidir. Analiz sonuçları en çok etkileşimin, Tweet paylaşımı yapıldığı gün gerçekleştiğini gösterdiğinden, kariyer merkezleri bu durumu dikkate alarak paylaşım saatlerini kullanıcı yoğunluğunun en yüksek olduğu zaman dilimine göre ayarlamalıdır.

Ayrıca bölüm 6.1.7'de paylaşılan betimleyici analiz sonuçlarındaki il bazında sosyal medya kullanımları incelendiğinde; pek çok farklı ildeki kariyer merkezlerinin sosyal medyayı sınırlı şekilde kullandığı göze çarpmaktadır. Aynı inceleme üniversite türü ve üniversite ligi bazında gerçekleştirildiğinde sonuç değişmemektedir. En iyi durumda; kariyer merkezleri tarafından 6 ay içinde paylaşılan ortalama Tweet sayısının 60 civarında olduğu görülmektedir. Bu durum kariyer merkezlerinin 3 günde 1 paylaşım yaptıklarına işaret etmektedir. Söz konusu tablo, hedef kitlelerinin sosyal medya kullanım yoğunlukları düşünüldüğünde sınırlı kalmaktadır. Dolayısıyla; sosyal medyanın etkisinden daha fazla yararlanabilmek için, literatürde de bahsedildiği üzere (Kettunen, Vuorinen ve Sampson Jr, 2013; Osborn ve LoFrisco, 2012) kariyer merkezi yöneticilerinin ve hesapları yöneten personelin, sosyal medyanın etkisi ve kullanım şekli ile ilgili eğitimlere katılması sağlanarak, bilinçlendirilmeleri ve doğru kullanıma yönlendirilmeleri önem taşımaktadır.

8. SONUÇ

Farklı bölümlerde bahsedildiği üzere, artık kariyer hizmetlerinin dijital platformlar kullanılarak sunulması gerektiği, uzunca süredir bir zorunluluk olarak dile getirilmektedir. Mevcut çalışma da bu kabul doğrultusunda; kariyer merkezlerinin tüm bölümleri kapsar şekilde erişim ağlarını genişletmek ve öğrenci / mezunlar ile olan etkileşimlerini arttırmak üzere dijital platformlardan nasıl daha etkin yararlanabileceğini ortaya koymak üzere yürütülmüştür. Bu doğrultuda, kariyer merkezlerinin platform aracılığıyla sunduğu hizmetlere hedef kitlenin nasıl reaksiyon gösterdiği incelenmiştir.

Söz konusu incelemeler sonucu, her bir hizmet türünün kullanıcılardan gördüğü karşılığa ilişkin elde edilen sonuçlar, bu sonuçlara ilişkin detaylı tartışmalar ve çıkarımlar önceki bölümde paylaşılmıştır.

Bu bölümde ise çalışmada ulaşılan temel sonuçlar özetlenecektir. Son olarak araştırmanın sınırlılıkları ve gelecekte yapılması olası araştırmalara ilişkin öneriler paylaşılacaktır.

Her bir hizmet türüne ilişkin elde edilen sonuçlar, dijital platformların kullanımı konusunda 7 noktayı vurgulamaktadır.

1. **Ölçülebilir ve Geliştirilebilir Hizmetler**

Mevcut araştırmanın tamamı göstermektedir ki; kariyer merkezlerinin hizmetlerini platform aracılığıyla sunması, bu hizmetleri ölçülebilir, şeffaf bir şekilde izlenebilir, performansı değerlenebilir bir hale getirmektedir. Dahası; kariyer merkezlerinin bilgi birikimini, iletişim sermayesini ve hizmetlerin sunulma biçimini, kişiye bağlı olmaktan çıkartıp her zaman ulaşılabilir, takip edilebilir ve ihtiyaç duyulduğunda geçmişe yönelik tüm işlemleri erişilebilir kılmaktadır.

Platformun sağladığı bu imkânlar hem kariyer merkezlerinin kurumsal bir hafıza oluşturabilmesini desteklemekte hem de iyileştirme ve geliştirme çalışmaları için kıymetli geri bildirimler sağlamaktadır.

2. **Hizmetlerin Verimliliği**

Kariyer merkezlerinde çalışan uzman personel sayısı ve niteliği göz önünde bulundurulduğunda 6 aylık bir zaman dilimi içinde yaklaşık 300.000 öğrenci / mezuna hizmet sunulmuş olması geleneksel yöntemler ile gerçekleştirilmesi mümkün olmayan bir durumdur. Sadece bu sonuç bile dijital platformların ne denli etkili olduğunu kanıtlaması açısından önemli bir göstergedir. Aynı sonuçlar, yükseköğretimdeki gençlerin dijital platformlarını kullanmaya hazır olduklarını da göstermektedir.

3. **Deneyimsel Öğrenmeyi Destekleme**

Dijital platformlar, öğrenci ve mezunların zaman, ulaşım imkânı, personel sayısı gibi kısıtlara takılmadan her türlü kariyer hizmetine erişimini mümkün kılacak etkili bir araçtır. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizler de bu görüşü destekler şekilde; merkezlerinin hizmetlerini dijital platformlar aracılığıyla ulaştırmaya yönelik her türlü girişiminin, öğrenci ve mezunlar tarafından karşılık gördüğünü ortaya koymaktadır. Hizmet türlerinden bağımsız olarak, kariyer merkezlerinin platformu kullanım

yoğunluğu arttıkça, platforma kaydolan kullanıcı sayısının ve kullanıcıların içerideki hizmetlere ilişkin gerçekleştirdiği işlemlerin de arttığı görülmektedir. Benzer şekilde sosyal medya üzerinden yapılan paylaşım sayısının artması da kullanıcıları platformu kullanım yönünde motive etmektedir.

Dolayısıyla platform üzerinden duyurulan deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetlerinin çeşitliliği ve sayısı arttıkça, kullanıcıların bu konudaki farkındalıkları ve hizmetlerden yararlanma talepleri artacaktır. Bu durum ise kullanıcıların deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri aracılığıyla gelişimlerini destekleyecektir. Bu noktada kariyer merkezlerinin platformu kullanım şekil ve sıklıkları önem arz etmektedir. Platformun sadece belirli imkân ve etkinlikler için ya da sadece belirli dönemlerde kullanılması, öğrenci ve mezunlarda platformun kariyer hizmetlerine kolayca ulaşmayı sağlayan bir araç değil bir çeşit duyuru panosu izlenimi yatırabilecektir. Dolayısıyla platform kullanımının sürekliliği, tutarlılığı ve platformdaki hizmetlerin çeşitliliği deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetlerinden sağlanacak faydanın istenen düzeyde olması bakımından önemlidir.

4. İhtiyaçlara Hitap Etme

Hizmet türlerine ilişkin araştırma sonuçları göstermektedir ki, platform kullanımı ile istenen çıktılara ulaşabilmek ancak sunulan hizmetlerin öğrenci ve mezunların fayda sağlayacağı nitelikte olması durumunda mümkündür. Öğrenci ve mezunların ihtiyaçlarına hitap etmeyen girişimlerin karşılık görmediği tespit edilmiştir. Bu durum işveren etkinlikleri ve kariyer merkezi etkinliklerine ilişkin sonuçlarda daha açık şekilde izlenebilmektedir. Aynı araç ve aynı yöntem ile öğrenci ve mezunlara ulaştırılmalarına rağmen işveren etkinlikleri erişim ağı, kullanıcı etkileşimi ve çeşitliliği bakımından olumlu sonuçlar doğururken kariyer merkezi etkinlikleri kariyer hizmetlerinin yeni kullanıcılara ulaşmasına katkı sağlamamaktadır.

Sunulan hizmetlerin öğrenci ve mezunların ihtiyaçlarına cevap vermesi gerektiğini gösteren bir diğer sonuç ise işveren bilgisi ile ilgilidir. Analiz sonuçlarında, kullanıcılara işverenler hakkında bilgi sağlayan "işveren" modülünün öğrenci ve mezunlar tarafından beklenen şekilde talep görmediği bulgulanmıştır. Bu durum ise, işveren web siteleri, farklı sosyal medya platformları gibi kullanıcılara daha fazla bilgi temin eden araçlar mevcut iken, işverenler hakkında sınırlı bilgi sağlayan platformun bu doğrultuda kullanılmadığı şeklinde yorumlanmıştır.

5. Karşılıklı Etkileşim

Analiz sonuçları öğrenci ve mezunlara işverenler ya da kariyer merkezi ile etkileşim kurma imkânı sağlamayıp, kendilerini edilgen durumunda bırakan hizmet şekillerinin talep görmediğini ortaya koymaktadır. Özellikle, kullanıcıların hiçbir işlem yapmasına müsaade etmeden sadece standart ve farklı bir platformdan da ulaşılabilecek bir bilgi sağlayan "duyuru" modülünde bu sonuç açık şekilde görülmektedir.

Bu durum kariyer merkezlerinin, hem dijital platformu hem de sosyal medyayı interaktif bir mecra olarak kullanılması gerektiğini göstermektedir. Dahası, öğrenci ve mezunların kendi yetenek ve

becerilerini sergileyebileceği, karşılıklı iletişim içeren hizmetlere odaklanmaları gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır.

6. Fırsat Eşitliği

Platformdaki kayıtlı öğrenci ve mezun sayılarının en çok üç büyük şehirdeki ilin üniversitelerinden olduğu görülürken platformu en etkin kullanan öğrencilerin Anadolu'nun farklı bölgelerindeki üniversitelerinden olması dikkat çekici bir sonuç olarak değerlendirilmiştir. Bu durum platform kullanımının, işverenlerin yoğun olarak bulunduğu merkezlere uzak coğrafyalardaki üniversitelerin öğrenci ve mezunlarına istihdam hizmetlerini ulaştırmak bakımından fırsat eşitliği sağlandığını göstermektedir.

Benzer bir sonuç işverenler tarafından gerçekleştirilen işlem analizlerde de ortaya çıkmaktadır. En çok iş / staj ilanının ve işveren kariyer etkinliğinin, öğrenci sayısı en fazla ya da isimleri daha fazla bilinen üniversitelerin değil yine Anadolu'nun farklı bölgelerindeki illerde bulunan üniversitelerin öğrenci ve mezunlarının başvurusuna açıldığı görülmüştür. Bu durum; fırsat eşitliğinin sadece işveren yoğun illerden uzakta olan üniversitelerin öğrenci ve mezunları için değil aynı zamanda bu merkezlerden uzakta faaliyet gösteren işverenler için de sağlandığının bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir.

Platform kullanımı sayesinde; iş / staj ilanları ve kariyer etkinlikleri işverenlerin yoğun olarak bulunduğu illerden uzakta eğitim gören öğrenci ve mezunlar için ulaşılabilir hale gelmektedir. Benzer şekilde öğrenci ve mezunlar için cazibe merkezi olan söz konusu illerden uzakta faaliyetlerini yürüten işverenlerde öğrenci / mezunlar ile etkileşim kurmak ve marka bilinirliklerini arttırmak için platformdan faydalanabilmektedirler. Söz konusu çıkarımlar platformun; hem öğrenci / mezunlar hem de işverenler açısından fırsat eşitliğini desteklediğini düşündürtmektedir.

7. Kariyer Danışmanlığı

Kariyer danışmanlığının platform üzerinden sunulmasına ilişkin analizlerde, söz konusu hizmetin sınırlı sayıda kariyer merkezi tarafından verildiğini ortaya koymuştur. Betimleyici istatistikler ise verilen hizmetin kayıtlarının tutulma eğiliminin düşük olduğunu göstermektedir. Söz konusu sonuçlar; kariyer merkezleri için kariyer danışmanlığı hizmetinin önemi konusundaki farkındalığı ve bilinci arttıracak çalışmalar yapılması gerektiğini göstermektedir.

Özetle denebilir ki; dijital platformlar; *kurumsal hafıza oluşturur, hizmetlerin verimliliğini sağlar, deneyimsel öğrenmeyi arttırır, bölgeler arası dezavantajları ortadan kaldırır, kariyer ihtiyaçlarına doğrudan cevap verecek şekilde kullanılmalıdır* ve *interaktif katılımı öncelemelidir*.

Öğrenci ve mezunların dijital platforma kaydolmaları tüm bu faydaları elde edebilmenin ön koşuludur. Sosyal medya ise kullanıcıları dijital platforma yönlendirmenin en etkili aracıdır.

Ayrıca araştırma sonuçları göstermektedir ki, merkezlerdeki kariyer danışmanı kapasitesinin arttırılması ve öğrencilerdeki kariyer danışmanlığı hakkındaki bilincin arttırılmasına yönelik çalışmalara yoğunlaşılması gerekmektedir.

Detayları "Bulguların Yorumu ve Tartışma" bölümünde sunulan tüm bu sonuçların kariyer merkezi yönetici ve personeline, daha etkin hizmetler geliştirebilmek, mevcut hizmetlerinin etkililiğini arttırabilmek ve hizmet sunma biçimlerini kullanıcı beklentileriyle uyumlaştırmak ve standardize etmek bakımından yol gösterici olacağı öngörülmektedir.

8.1 Araştırmanın Sınırlılıkları

- Literatürde dijital platformların pratikte kullanımına ilişkin nicel verilere dayalı çalışmaya rastlanmamış olması mevcut araştırmanın sonuçlarının daha önce yapılan araştırmalar ile karşılaştırılmasına imkân vermemektedir.
- Ülkemizde kariyer merkezleri alanında yapılan akademik çalışmaların genel anlamda oldukça sınırlı olması, dijital platform ve sosyal medya kullanımına yönelik çalışmaya ise rastlanmamış olması elde edilen sonuçların ülkemiz özelinde karşılaştırmalı olarak incelenememesi sorununu da beraberinde getirmektedir.
- Veriler T.C. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanlığı ile yapılan gizlilik anlaşması ve KVKK gereği üniversite ili, üniversite türü ve üniversite ligi kapsamında anonimleştirilerek paylaşılabilmiştir. Bu durum üniversite özelinde gelişime açık yönlerin tespit edilip paylaşılmasını engellemektedir.
- Kariyer Merkezleri ülkemizde birçok üniversite için yeni ve örgüt yapısı ve çalışma düzeni henüz oturmamış birimlerdir, dolayısıyla uzmanlaşma çoğunda söz konusu değildir. Bu bakımdan kariyer merkezlerinde verilmesi gereken hizmetler ve bu doğrultuda dijital platformun / sosyal medyanın kullanımı beklenen nitelikte yürütülmemektedir. Literatürde yer alan çalışmalar uzun süredir bu hizmetleri veren kariyer merkezlerine ilişkin olduğundan kimi sonuçların literatür bilgileri ile kıyaslanması yanıltıcı olabilir.
- Araştırma verilerinin temin edildiği Yetenek Kapısı platformu henüz 1 yıldır kullanımda olan genç bir yazılımdır, bu durum kariyer merkezlerinin de henüz çok yeni birimler olduğu bilgisi ile değerlendirildiğinde platform kullanımına yönelik merkez yöneticilerinin yeterli denetim ve yönlendirme yapmamış olma ihtimalini kuvvetlendirmektedir. Dolayısıyla mevcut araştırma kariyer merkezlerinin platforma alışma, mevcut alışkanlıklarını sürdürme yönündeki davranışlarını devam ettiği bir dönemde yürütülmüş olup sonuçların personel direncinden daha fazla etkilenmesi mümkündür.
- Platforma tanımlı "Kariyer Danışmanı" sayısı kısıtlı olduğundan bu konudaki analizler görece sınırlı sayıda gözlem üzerinden gerçekleştirilmiştir.
- Sosyal Medyaya ilişkin analizlerde işlem bilgilerini paylaşan tek platform olması nedeni ile sadece Twitter kullanılabilmiştir. Diğer platformlardaki veriler ve bu platformlar üzerinden yapılan paylaşımların kullanıcıları dijital platformlara yönlendirilme etkisi incelenememiştir.

8.2 Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Alanda yapılacak yeni araştırmalarda,

- Üniversite özelinde veriler kullanılarak benzer araştırmaların gerçekleştirilmesi mümkündür. Bu yönde yapılacak çalışmalar, belirli bir üniversite kariyer merkezi özelinde gelişime açık noktaların tespit edilmesi ve bu doğrultuda öneriler getirilmesine katkı sağlayacaktır.
- Araştırma kapsamında kullanılan veriler, deneyimsel öğrenme ve istihdam hizmetleri kapsamında sunulan kariyer etkinlikleri sadece "işverenler tarafından düzenlenen etkinlikler" ve "kariyer merkezleri tarafından düzenlenen etkinlikler" şeklinde sınıflandırma yapmaya izin vermektedir. Kariyer etkinliklerinin "Bölüm 2.2.9"da aktarıldığı şekilde sınıflandırılması, hangi tür kariyer etkinliklerinin erişim ağına, etkileşime ve çeşitliliğe katkı sağladığı bakımından daha detaylı verilere ulaşılmasını sağlayacaktır.
- Benzer şekilde veriler; iş ve staj ilanlarının içeriğine ilişkin bilgi sağlamamaktadır, Gelecek araştırmalarda bu hizmetlerin mevcut çalışmanın ilgili bölümlerinde (Bölüm 2.2.1-2-3-4-5) aktarıldığı detayda sınıflandırarak yapılabilir.
- Kariyer merkezlerinde, kariyer danışmanlığı hizmeti yaygınlaşıp merkezlerdeki danışmanlık hizmetlerinin artmasını takiben, kariyer danışmanlığı hizmetlerine yönelik platform kullanımın etkisi tekrar incelenebilir.
- Öğrencilerin, kariyer danışmanlığını mahrem konuları içeren bir danışmanlıktan tutumsal olarak ne kadar ayrıştırabildiği incelenebilir
- Farklı sosyal medya platformlarının etkisini ölçümlemek amacı ile Facebook, Instagram, LinkedIn vb. verileri kullanılarak çalışmalar yürütülebilir.
- Dijital platformların ve sosyal medya kullanımının; kariyer merkezlerinin işverenler ile kurduğu erişim ağı, etkileşim ve çeşitliliği üzerindeki etkisi araştırılabilir.

KAYNAKLAR

AA. (2020). Çevrim içi kariyer platformu 'Yetenek Kapısı' tarafların kullanımına açıldı. Retrieved from https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cevrim-ici-kariyer-platformu-yetenek-kapisi-taraflarin-kullanimina-acildi/1847537

AGCAS. (t.y.). AGCAS HE Careers Services Survey - Research Report. Retrieved from https://www.agcas.org.uk/Knowledge-Centre/7707ace4-a1d2-4b74-a7a7-d3deefac2191

Alam, A., & Diego, M. E. d. (2019). Unpacking school-to-work transition: data and evidence synthesis.

Alim, S. (2019). Social Media Use in Career Guidance Delivery in Higher Education in the United Arab Emirates: A Literature Review. *International Journal of E-Adoption (IJEA), 11*(1), 25-44.

Amey, M. E. D. M. J. (2020). In. The SAGE encyclopedia of higher education (Vol. 1, pp. 420-422). Thousand Oaks,, CA: SAGE Publications, Inc.

Arabacı, R., Aras, M., Atay, S., Balcı, F. İ., Bayraktaroğlu, S., Bayram, F., . . . Taşkıran, E. (2011). *İş ve Meslek Danışmanlığı* (S. Atay Ed.). Ankara.

Arthur, N. (2014). Social justice and career guidance in the Age of Talent. *International Journal for Educational and Vocational Guidance, 14*(1), 47-60.

Astin, A. W. (1981). The American Freshman: National Norms for Fall 1980.

Atay, S., Çırakoğlu Tanrıverdi, B., & Gülmez, N. (2019). *Üniversite Kariyer Merkezleri*. Ankara: Salmat Basım Yay. Amb. San.Tic.Ltd. Şti.

Australia, G. o. S. (2019). *Employment Services for International Students in South Australia*. Adelaide Retrieved from https://dti.sa.gov.au/upload/education/Employment%20services%20for%20international%20students%20in%20SA.pdf?t=1598400000114

Balke, S., Kruzic, M., & Way, S. (2017). Online Career Counseling at Capella University: Advantages, Challenges, and Opportunities. *Career Planning and Adult Development Journal, 33*(1), 52.

Baltan, N. (1985, Ocak 1985). Mezunlara İş Bulma Bürosu. *Katılım Dergisi, 3,* 1-23. Retrieved from http://tustav.org/yayinlar/sureli_yayinlar/katilim/katilim_3.pdf

Bara Stolzenberg, E., Aragon, M. C., Romo, E., Couch, V., McLennan, D., Eagan, M. K., & Kang, N. (2020). *The American Freshman: National Norms Fall 2019*. Retrieved from https://www.heri.ucla.edu/monographs/TheAmericanFreshman2019.pdf

Barbour, K. L. (2016). *Exploring the impact of change on university Careers Services: death of a service or surviving and thriving?* University of Glasgow, UK.

Barnes, S.-A., Bimrose, J., Brown, A., Kettunen, J., & Vuorinen, R. (2020). Lifelong guidance policy and practice in the EU: trends, challenges and opportunities. Final report.

Batistic, S., & Tymon, A. (2017). Networking behaviour, graduate employability: A social capital perspective. *Education+ training*.

Bezanson, L., Hopkins, S., & Neault, R. A. (2016). Career guidance and counselling in Canada: Still changing after all these years. *Canadian Journal of Counselling and Psychotherapy, 50*(3).

Bilkent-KM. (t.y.). Hakkımızda. Retrieved from http://kariyer.bilkent.edu.tr/hakkimizda/#

Billett, S., & Ovens, C. (2007). Learning about work, working life and post-school options: Guiding students' reflections on paid part-time work. *Journal of Education and Work, 20*(2), 75-90.

Bimrose, J., Kettunen, J., & Goddard, T. (2015). ICT–the new frontier? Pushing the boundaries of careers practice. *British Journal of Guidance & Counselling, 43*(1), 8-23.

Bishops, J. (1966). Portents in college placement. *College student*.

Bourner, T., & Millican, J. (2011). Student-community engagement and graduate employability. *Widening Participation and Lifelong Learning, 13*(2), 68-85.

Brandl, K., Polenova, E., & Savoca, M. (2011). American vs. German Tradition: Different Approaches in Career Counseling and Career Services. In *Anzeige Berufsstart* (pp. 55-60): Career Service Netzwerk Deutschland e. V.

Brewer, J. M., Cleary, E. J., Dunsmoor, C. C., Lake, J. S., Nichols, C. J., Smith, C. M., & Smith, H. P. C. (1942). History of vocational guidance: Origins and early development.

Brown, D., & Crace, R. K. (1996). Values in life role choices and outcomes: A conceptual model. *The Career Development Quarterly*, *44*(3), 211-223.
Browne, J., & Russell, L. (2014). The practice of postsecondary career development. *Career development practice in Canada: Perspectives, principles, and professionalism*, 361-382.
Búriová, A. (2020). Career fairs at Haaga-Helia UAS, Pasila campus.
Cabellon, E. T., & Junco, R. (2015). The digital age of student affairs. *New Directions for Student Services*, *2015*(151), 49-61.
Callanan, G., & Benzing, C. (2004). Assessing the role of internships in the career-oriented employment of graduating college students. *Education+ training*.
Career Ready Graduates (2019). Universities Australia Canberra, Australia.
Carlson, S. (2017). How colleges prepare students for the work force. *The Chronicle of Higher Education*, *63*(34), A30.
Castella, D. A. (1990). Career Networking: The Newest Career Center Paradigm. *Journal of Career Planning and Employment*, *50*(4), 32-39.
CBİKO. (2019). Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi'nden Kariyer Merkezleri için 3 Yeni Hizmet. Retrieved from https://www.cbiko.gov.tr/haberler/cumhurbaskanligi-insan-kaynaklari-ofisi-nden-kariyer-merkezleri-icin-3-yeni-hizmet
CBİKO. (2020a). *Kariyer Merkezleri ile İlgili Yürütülen Çalışmalar - Bilgi Notu*. T.C. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanlığı.
CBİKO. (2020b). Yetenek Kapısı. Retrieved from https://www.cbiko.gov.tr/haberler/yetenek-kapisi
CBİKO. (t.y.-a). Staj Seferberliği. Retrieved from https://www.cbiko.gov.tr/projeler/staj-seferberligi
CBİKO. (t.y.-b). Yetenek Her Yerde. Retrieved from https://www.cbiko.gov.tr/projeler/yetenek-her-yerde
CCLC. (t.y.). History. Retrieved from https://snucounsel.snu.ac.kr/en/enintro/introHistory.do
Cevher, E. (2015). Üniversitelerde kariyer planlama faaliyetleri ekseninde kariyer merkezlerine yönelik bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5*(2), 164-177.
Chen, C.-T., Hu, J.-L., Wang, C.-C., & Chen, C.-F. (2011). A study of the effects of internship experiences on the behavioural intentions of college students majoring in leisure management in Taiwan. *Journal of Hospitality Leisure Sport & Tourism Education*, *10*(2), 61-73.
Cheng, F. (2017). Study on Career Planning of Chinese College Students Based on Online Recruitment Information. *Creative Education*, *8*(15), 2455-2462.
Coco, M. (2000). Internships: A try before you buy arrangement. *SAM Advanced Management Journal*, *65*(2), 41.
Common University Information, Guidance and Professional Integration Service (SCUIOIP). (2020). Retrieved from https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid49572/orientation-les-lieux-information.html
Cox, D. H., & Strange, C. C. (2010). *Achieving student success: Effective student services in Canadian higher education*: McGill-Queen's Press-MQUP.
Crosier, D., Horvath, A., Kerpanova, V., Kocanova, D., & Riihelainen, J. (2015). Modernisation of Higher Education in Europe: Access, Retention and Employability. Eurydice Brief. *Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, European Commission*.
Dawn, R., & Tommy, T. (2020). *Impacts and Perceptions of Career-Focused Education*. Retrieved from
Dik, B. J., & Steger, M. F. (2008). Randomized trial of a calling-infused career workshop incorporating counselor self-disclosure. *Journal of Vocational Behavior, 73*(2), 203-211.
Domene, J. F., & Isenor, J. (2017). Career service provision in Canada: Deep roots and diverse practices. *International practices of career services, credentials, and training*, 1-9.
Dost, Z. D., & Bilgin, K. U. (2010). Gençlerin İşgücü Piyasasına Geçişinde Deneyim Ve Staj Etkisi. *Çalışma İlişkileri Dergisi, 1*, 119-153.
Erdoğan, A. (2010). *Yükseköğretimde yeniden yapılanma: 66 soruda Bologna süreci uygulamaları*: Yükseköğretim Kurulu.
EUROGUDIENCE. (t.y.). Guidance System in France. Retrieved from https://www.euroguidance.eu/guidance-system-in-france

EUROGUIDENCE. (2020). *Lifelong guidance practices in France*. Euroguidance France. France. Retrieved from https://www.euroguidance-france.org/wp-content/uploads/2017/11/Brochure-EG-Anglais-def.pdf

EURYDICE. (2018). Guidance and Counselling in Higher Education - France. Retrieved from https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/france/guidance-and-counselling-higher-education_en

Feldman, D. C. (2003). The antecedents and consequences of early career indecision among young adults. *Human Resource Management Review, 13*(3), 499-531.

Fouad, N. A., Guillen, A., Harris-Hodge, E., Henry, C., Novakovic, A., Terry, S., & Kantamneni, N. (2006). Need, awareness, and use of career services for college students. *Journal of career assessment, 14*(4), 407-420.

Fryczyńska, M., & Ciecierski, C. (2020). Networking competence and its impact on the employability of knowledge workers. *Journal of Organizational Change Management*.

Fugate, M., Kinicki, A. J., & Ashforth, B. E. (2004). Employability: A psycho-social construct, its dimensions, and applications. *Journal of Vocational Behavior, 65*(1), 14-38.

Gati, I., Kleiman, T., Saka, N., & Zakai, A. (2003). Perceived benefits of using an internet-based interactive career planning system. *Journal of Vocational Behavior, 62*(2), 272-286.

Ghosh, K., Chawla, S., & Mallott, K. (2012). Use of social media by US colleges: Potential and Pitfalls. *Journal of Higher Education Theory and Practice, 12*(2), 105-118.

Gillani, S. A., & Keller, S. (2018). Career Services: A Best-Practice example from Germany. In M. Boachie-Mensah, Scheuer (Ed.), *Handbook of Applied Market Research and Personnel Services at Universities* (pp. 43-47): Hochschule Bonn-Rhein-Sieg.

Gonzales, M. (2017). *Examining institutional career preparation: Student perceptions of their workplace readiness and the role of the university in student career development.* (PhD). Pepperdine University, (10258395)

Groot, W., & De Brink, H. M. V. (2000). Education, training and employability. *Applied economics, 32*(5), 573-581.

Guichard, J. (2012). M. Savickas. Career Counseling.. Washington, DC: American Psychological Association. *L'orientation scolaire et professionnelle*(41/2).

Han, S., & Heo, J. (2008). Career counseling on campus in South Korea. *Career Planning & Adult Development Journal, 24*(4), 57-64.

HANDSHAKE. (2020). The Job Search During COVID-19. What are college students looking for now? Retrieved from https://f.hubspotusercontent30.net/hubfs/388388/uConnect_June2020/pdf/The%20Job%20Search%20During%20COVID-19%20%5BWeek%20of%204_20%5D.pdf

Hao, D., Sun, V. J., & Yuen, M. (2015). Towards a model of career guidance and counseling for university students in China. *International Journal for the Advancement of Counselling, 37*(2), 155-167.

Harris-Bowlsbey, J. (2013). Computer-Assisted Career Guidance Systems: A Part of NCDA History. *The Career Development Quarterly, 61*(2), 181-185.

Harvey, A., Andrewartha, L., Edwards, D., Clarke, J., & Reyes, K. (2017). Student equity and employability in higher education. *Report for the Australian Government Department of Education and Training. Melbourne: Centre for Higher Education Equity and Diversity Research (CHEEDR), La Trobe University*.

Hayes, J., & Hopson, B. (1971). *Careers guidance: The role of the school in vocational development*: Heinemann Educational Publishers.

Heathfield, S. M. (2020). Job Shadowing Is a Good Way to Do On-the-Job Training. Retrieved from https://www.thebalancecareers.com/job-shadowing-is-effective-on-the-job-training-1919285

Helens-Hart, R. (2019). Career Education Discourse: Promoting Student Employability in a University Career Center. *Qualitative Research in Education, 8*(1), 1-26.

Herr, E. L., Rayman, J. R., & Garis, J. (1993). *Handbook for the college and university career center*: Greenwood.

Holloway, J. (2001). Part-time work and student achievement. *Educational Leadership, 58*(7), 83-84.

Hooley, T., Hutchinson, J., & Watts, A. G. (2010). Careering through the web. The potential of Web 2.0 and 3.0 technologies for career development and career support services. *An Expert Paper prepared for UKCES. University of Derby: International Centre for Guidance Studies*.

Hudson, S., & Klein-Collins, R. (2018). More than Just a Job Search: Relevant, Intentional, and Accessible Career Services for Today's Student (and Returning Adults). *Council for Adult and Experiential Learning*.

Huss, R., Jhileek, T., & Butler, J. (2017). Mock Interviews in the Workplace: Giving Interns the Skills They Need for Success. *Journal of Effective Teaching, 17*(3), 23-37.

Iacob, M. (2012). Good practices in the use of ICT in providing guidance and counseling. *Institute of Educational Sciences, Bucharest*.

Ishikawa, Y., Mizuno, M., & Amundson, N. E. (2009). Career awareness of new graduates and recruiting activities by companies in Japan. *journal of employment counseling, 46*(2), 62-72.

Jencius, M., & Rainey, S. (2009). Current online career counseling practices and future trends. *Career Planning and Adult Development Journal, 25*(3), 17-28.

Jenschke, B., Schober, K., & Langner, J. (2014). *Career guidance in the life course: Structures and services in Germany*. Retrieved from Berlin: http://www.forum-beratung.de/cms/upload/English/nfb_2014_Career_Guidance_in_the_Life_Course.pdf

Jin, L. (2017). The current status of career services and professionals in mainland China's educational settings. *International practices of career services, credentialing, and training*. Retrieved from https://ncda.org/aws/NCDA/asset_manager/get_file/156398

Judd, M., Knight, C., Lovell, C., Kinash, S., Crane, L., McLean, M., . . . Schwerdt, R. (2015). Case studies to enhance graduate employability: Generalist disciplines. *Learning and Teaching papers*.

Kaneko, M. (2014). Higher Education and Work in Japan: Characteristics and Challenges. *Japan Labor Review, 11*(2), 5-22.

Karaaslan, S. (2017). *Ankara'daki Üniversitelerin Kariyer Merkezleri Üzerine Bir Değerlendirme*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/313051152

Kaushal, U. (2016). Empowering engineering students through employability skills. *Higher Learning Research Communications, 6*(4), 4.

Kawasaki, T. (2006). Problems in career services at Japanese universities: A case study of initiatives at Kansai University. *Japan Labor Review, 3*(2), 43.

Kettunen, J. (2017). Career practitioners' conceptions of social media and competency for social media in career services. In: University of Jyväskylä, Finnish Institute for Educational Research.

Kettunen, J., & Sampson, J. P. (2019). Challenges in implementing ICT in career services: perspectives from career development experts. *International Journal for Educational and Vocational Guidance, 19*(1), 1-18.

Kettunen, J., Vuorinen, R., & Sampson Jr, J. P. (2013). Career practitioners' conceptions of social media in career services. *British Journal of Guidance & Counselling, 41*(3), 302-317.

Kettunen, J., Vuorinen, R., & Sampson Jr, J. P. (2015). Practitioners' experiences of social media in career services. *The Career Development Quarterly, 63*(3), 268-281.

KLRI-KLT. (2015). Career Education Act. Retrieved from https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=38018&lang=ENG

Koder, M. (1991). Careers advisory services in higher education institutions: Report of the National Board of Employment, education and training and the Department of Employment, education and training. In: Canberra, Australia: Australian Government Publishing Service.

Kozak, M. A., & Dalkıranoğlu, T. (2013). Mezun Öğrencilerin Kariyer Algılamaları: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Anadolu University Journal of Social Sciences, 13*(1).

Kurnaz, A., Kayar, İ., Güngör, M., & Görün, M. (2019). Ulusal Güvenlik ve Sosyal Medya:Fırsatlar ve Tehditler. *Management and Political Sciences Review, 1*(2), 75-96.

Lawson, C. (2014). International higher education student satisfaction with opportunities for work experience and employment in Australia. *Department of Education. https://internationaleducation. gov. au/research/Publications/Documents/Employ ment% 20report. pdf*.

Lee, J.-K., & Goh, M. (2003). Career counseling centers in higher education: A study of cross-cultural applications from the United States to Korea. *Asia Pacific Education Review, 4*(1), 84-96.

Lee, J.-Y. (2001). Career guidance at higher education level in Korea. *Seoul, Korea: Korea Research Institute for Vocational Education & Training*.

Lee, J. Y., & Patel, S. J. (2020). An innovating business model for the higher education sector: A platform-based approach to university career services. *Industry and Higher Education, 34*(2), 91-99.

Lee, P. (2011). The curious life of in loco parentis at American universities. *Higher Education in Review, 8*, 65-90.

Lent, R. W. (2013). Career-life preparedness: Revisiting career planning and adjustment in the new workplace. *The Career Development Quarterly, 61*(1), 2-14.

Leung, S. A. (2002). Career counseling in Hong Kong: Meeting the social challenges. *The Career Development Quarterly, 50*(3), 237-245.

Long, R., Hubble, S., & Loft, P. (2020). *Careers guidance in schools, colleges and universities*. Retrieved from https://dera.ioe.ac.uk/34933/1/CBP-7236%20%281%29.pdf

Lord, R., Lorimer, R., Babraj, J., & Richardson, A. (2019). The role of mock job interviews in enhancing sport students' employability skills: An example from the UK. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 25*, 100195.

Lucas, E. B. (1986). College career planning and placement centers: Finding their identity. *Journal of Career Development, 13*(1), 9-17.

Makela, J. (2015). Ethical use of social networking technologies in career services. *A Review of Literature Examining the use of Social Networking Technologies in Career Services and related helping professions http://www. ncda. org/aws/NCDA/asset_manager/get_f ile/110167 (Online 18th August 2016)*.

McIlveen, P., Brooks, S., Lichtenberg, A., Smith, M., Torjul, P., & Tyler, J. (2008). *Career development learning & work-integrated learning in Australian higher education: A discussion paper*. Paper presented at the National symposium on career development learning: Maximising the contribution of work-integrated learning (WIL) to the student experience.

McIlveen, P., Hoare, P. N., McKeown, L., & Vagg, K. (2009). Internet career fairs in Australian higher education. *Career Planning and Adult Development Journal, 25*(3), 59-70.

Mckenzie, M., & Howell, J. (2005). A snapshot of Australian university career services. *Australian Journal of Career Development, 14*(2), 6-14.

Messersmith, E. E., Garrett, J. L., Davis-Kean, P. E., Malanchuk, O., & Eccles, J. S. (2008). Career development from adolescence through emerging adulthood: Insights from information technology occupations. *Journal of Adolescent Research, 23*(2), 206-227.

Mičík, M., & Mičudová, K. (2018). Employer brand building: Using social media and career websites to attract generation Y. *Economics & Sociology, 11*(3), 171-189.

Mimura, T. (2016). Vocational Guidance, Career Guidance, and Career Education phases in Japan. *早稲田大学大学院教職研究科紀要*(8), 19-34.

Mizuno, S., Ozawa, Y., & Matsumoto, K. (2017). Career Services and Professionals in Japan. *International practices of career services, credentials, and training.*, 1-7. Retrieved from http://careerconvergence.com/aws/NCDA/asset_manager/get_file/156345?ver=408

Mortimer, J. T., Pimentel, E. E., Ryu, S., Nash, K., & Lee, C. (1996). Part-time work and occupational value formation in adolescence. *Social forces, 74*(4), 1405-1418.

Musset, P., & Kurekova, L. M. (2018). Working it out: Career guidance and employer engagement. *OECD Education Working Papers*(175), 0_1-91.

NACE. (2016). *The Professional Standards For College & University Career Services*. https://www.naceweb.org/uploadedfiles/files/2020/publication/2019-nace-professional-standards-for-college-and-university-career-services.pdf.

NACE. (2019a). *2019 Internship & Co-Op Survey Report Executive Summary*. National Association of Colleges and Employers (NACE). Retrieved from https://career.fsu.edu/sites/g/files/upcbnu746/files/2019-nace-internship-and-co-op-survey-executive-summary.pdf

NACE. (2019b). *The Professional Standards For College & University Career Services*. National Association of Colleges and Employers (NACE). https://www.naceweb.org/career-development/standards-competencies/professional-standards-for-career-services/.

NACE. (2020). *NACE REPORT: COVID-19 Quick Poll Series*. National Association of Colleges and Employers (NACE). Retrieved from https://www.naceweb.org/uploadedfiles/files/2020/publication/nace-covid-19-quick-poll-series-report.pdf
NACE, & CAB. (2013). *Career services Use of social Media Technologies*. Retrieved from https://www.careeradvisoryboard.org/content/dam/dvu/www_careeradvisoryboard_org/Career-Services-Use-of-Social-Media-Technologies-Report.pdf
Network, S. E. (2018). Why higher ed?: top reasons US consumers choose their educational pathways.
Network, U. S. S. E., & Gallup. (2018). *Why higher education: top reasons US consumers choose their educational pathways*. Retrieved from http://hdl.voced.edu.au/10707/448617
Niles, S. G., & Harris-Bowlsbey, J. (2002). *Career development interventions in the 21st Century*. Upper Saddle River, NJ: Merrill Prentice Hall.
Niles, S. G., Harris-Bowlsbey, J., & Del Corso, J. (2013). Career Development Interventions in the 21 st Century - 4th Edition.
ODTÜ-KPM. (t.y.). Hakkımızda. Retrieved from https://kpm.metu.edu.tr/hakkimizda/
OECD. (2002a). *OECD Review of Career Guidance Policies. Australia: Country Note*: ERIC Clearinghouse.
OECD. (2002b). *Review of Career Guidance Policies. South Korea: Country Note*. OECD. http://www.oecd.org/oecd/pages/home/displaygeneral/0,3380,EN-document-592-17-no-21-17182-592-no-no,FF.html.
OECD. (2003). *Education Policy Analysis 2003*.
OECD. (2019). *OECD Employment Outlook 2019: The future of work*: OECD Publishing.
OECD. (2020a). *Education at a Glance 2020*.
OECD. (2020b). *Governance for Youth, Trust and Intergenerational Justice*.
OECD. (2020c). *Unemployment rate by age group (indicator)*. Retrieved from https://data.oecd.org/unemp/unemployment-rate-by-age-group.htm#indicator-chart
OECD. (2020d). *Unemployment rates by education level (indicator)*. Retrieved from https://data.oecd.org/unemp/unemployment-rates-by-education-level.htm#indicator-chart
Onne Kraning, J. (1999). Career centers: Changing needs require changing paradigms. *Colorado State University Journal of Student AtTairs Volume VllI, 1999, 8*, 77.
Osborn, D. S., Kronholz, J. F., Finklea, J. T., & Cantonis, A. M. (2014). Technology-savvy career counselling. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne, 55*(4), 258.
Osborn, D. S., & LoFrisco, B. M. (2012). How do career centers use social networking sites? *The Career Development Quarterly, 60*(3), 263-272.
Özden, M. C. (2015). Üniversite Yönetmelikleri Çerçevesinde Kariyer Merkezlerinin Organları Ve Görevleri. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 1*(2), 111-136.
Pandow, B. A., & Salem, A. (2020). Employability through networking: a way forward. *International Journal of Technology Transfer and Commercialisation, 17*(1), 56-67.
Paterson, R. (2017). 'Because sometimes your failures can also teach you certain skills': Lecturer and student perceptions of employability skills at a transnational university. *Qualitative Research in Education, 6*(3), 241-275.
Patton, W. (2001). Career education: What we know, what we need to know. *Australian Journal of Career Development, 10*(3), 13-19.
Paul, J.-J., & Murdoch, J. (2000). Higher education and graduate employment in France. *European Journal of Education, 35*(2), 179-187.
Peck, D. (2004). *Careers services: History, policy and practice in the United Kingdom*: Psychology Press.
Perera, S., Selva, E., & Nebuloni, V. (2019). Promoting youth employment in fragile settings.
Pişkin, M., & Ersoy Kart, M. (2019). Üniversite Kariyer Merkezlerinin Örgüt Yapısı ve Personel Profilinin İncelenmesi: Kimler Yönetiyor? Kimler Yürütüyor? *SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi, 9*(2), 275-298.
Pope, M. (2000). A brief history of career counseling in the United States. *The Career Development Quarterly, 48*(3), 194-211.
Pordelan, N., & Hosseinian, S. (2020). Design and development of the online career counselling: a tool for better career decision-making. *Behaviour & Information Technology*, 1-21.

Qiubo, Y., Shibin, W., & Zha, Q. (2016). Canada's industry-university co-op education accreditation system and its inspiration for the evaluation of China's industry-university-institute cooperative education. *Chinese Education & Society, 49*(3), 182-197.
Rainey, L., Simons, M., Pudney, V., & Hughes, E. (2008). *What choice? An evaluation of career development services for young people*: National Centre for Vocational Education Research.
Rehill, J., Kashefpakdel, E. T., & Mann, A. (2017). Careers events: what works?
Royal, D. (2020). Impacts and Perceptions of Career-Focused Education.
Saito, E., & Pham, T. (2020). A comparative institutional analysis on strategies deployed by Australian and Japanese universities to prepare students for employment. *Higher Education Research & Development*, 1-15.
Sampson, J. P., Offer, M., & Watts, A. (2001). Career Services: Technology and the Future.
Sax, L. J., Astin, A. W., Korn, W. S., & Mahoney, K. M. (2000). *The American Freshman: National Norms for Fall 2000*: ERIC.
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.
Schiersmann, C., Ertelt, B., Katsarov, J., Mulvey, R., Reid, H., & Weber, P. (2012). NICE handbook for the academic training of career guidance and counselling professionals. Heidelberg University: Erasmus Network for Innovation in Career Guidance and Counselling in Europe. In.
Schneider, S. L. (2008). *The international standard classification of education (ISCED-97): an evaluation of content and criterion validity for 15 European countries*: MZES.
Schoenberg, B. M. (1978). *A handbook and guide for the college and university counseling center*: Greenwood.
Senzaki, T. (1993). Career education in Japan: Its current status and condition. *The Career Development Quarterly, 41*(4), 291-296.
Shepard, B. C., & Mani, P. S. (2013). *Career development practice in Canada: Perspectives, principles, and professionalism*: Canadian Education and Research Institute for Counselling.
Smith, M., Brooks, S., Lichtenberg, A., McIlveen, P., Torjul, P., & Tyler, J. (2009). Career development practice: Facilitating work-integrated learning in higher education. *Australian Journal of Career Development, 18*(2), 60-64.
Sparreboom, T., & Staneva, A. (2014). Is education the solution to decent work for youth in developing economies. *Work4Youth Publication Series, 23*(1), 1-60.
Stoller, E. (2013). Our shared future: Social media, leadership, vulnerability, and digital identity. *Journal of College and Character, 14*(1), 5-10.
Sun, V. J., & Yuen, M. (2012). Career guidance and counseling for university students in China. *International Journal for the Advancement of Counselling, 34*(3), 202-210.
Sun, V. J., Yuen, M., & Hao, D. (2012). Reflections on a university career center in Guangzhou, China. *Asian Journal of Counselling, 19*(1-2), 97-114.
Super, D. E., & Crites, J. O. (1962). Appraising vocational fitness.(Revised edition). In: New York: Harper and Row.
SYMPLICITY. (2020). 2020 Student & Fall Recruiting Surveys. Retrieved from https://www.morgan.edu/Documents/ADMINISTRATION/CENTERS/CCD/Virtual%20Job%20Fair/Symplicity-Student-Fall-Recruiting-Survey-Report.pdf
Tansley, H. (2019). *Using social media to increase student engagement with career services.* University of Delaware,
TCCB. (2018). Yükseköğretim Akademik Yılı Açılış Töreninde Yaptıkları Konuşma. Retrieved from https://www.tccb.gov.tr/konusmalar/353/99365/yuksekogretim-akademik-yili-acilis-toreninde-yaptiklari-konusma
Teal, E., & Herrick, R. (1962). The fundamentals of college placement. *Bethlehem, PA*.
Terzaroli, C. (2019). Career Services as an institutional approach to employability. *Form@ re-Open Journal per la formazione in rete, 19*(2), 161-177.
Terzaroli, C., & Oyekunle, Y. (2019). Career service as a measure to support employability: a comparison between the university of florence and the university of lagos. *Andragoška spoznanja: The Andragogic Perspectives, 25*(1).

Teychenne, M., Parker, K., Teychenne, D., Sahlqvist, S., Macfarlane, S., & Costigan, S. (2019). A Pre-Post Evaluation of an Online Career Planning Module on University Students' Career Adaptability. *Journal of Teaching and Learning for Graduate Employability, 10*(1), 42-55.
Tomei, N., Carp, B., & Kröner, S. (2015). Guidance and counselling in higher education: A comparison between the career services in Germany and Italy. *Adult Education and Lifelong Learning in Europe and Beyond*, 195.
Trines, S. T. (2019). How Germany Became an International Study Destination of Global Scale. *World Education News + Reviews*.
UNESCO. (1994). *Counselling and Orientation of Students in Higher Education* https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000155712.
Usher, A., Kwong, A., & Mentanko, J. (2014). Career Services Offices: A Look at Universities and Colleges across Canada. *Toronto: Higher Education Strategy Associates*.
Venable, M. A. (2010). Using technology to deliver career development services: Supporting today's students in higher education. *The Career Development Quarterly, 59*(1), 87-96.
Vinson, B. M., Reardon, R. C., & Bertoch, S. C. (2014). Career services at colleges and universities: A 30-year replication study. *Journal of College Student Development, 55*(2), 203-207.
Vossensteyn, J. J., Kottmann, A., Jongbloed, B. W., Kaiser, F., Cremonini, L., Stensaker, B., . . . Wollscheid, S. (2015). Dropout and completion in higher education in Europe: Main report.
Watanabe-Muraoka, A. M. (1996). The national system of university counselling in Japan. *International Journal for the Advancement of Counselling, 19*(1), 15-27.
Watanabe-Muraoka, A. M., Senzaki, T.-A. T., & Herr, E. L. (2001). Donald Super's contribution to career guidance and counselling in Japan. *International Journal for Educational and Vocational Guidance, 1*(1-2), 99-106.
Waters, L., Chesterman, G., Holgate, J., Kirkman, B., Raban, T., & Smith, R. (2002). A Centenary History of Cambridge University Careers Service. In C. U. C. Service (Ed.): Cambridge University Careers Service.
Watts, A., & Kidd, J. M. (2000). Guidance in the United Kingdom: Past, present and future. *British Journal of Guidance & Counselling, 28*(4), 485-502.
Watts, A. G. (1996a). The changing place of careers guidance in schools. *European Education, 28*(2), 21-34.
Watts, A. G. (1996b). Toward a policy for lifelong career development: A transatlantic perspective. *The Career Development Quarterly, 45*(1), 41-53.
Watts, A. G. (1997). Strategic directions for careers services in higher education. *NICEC Project Report, Careers Research and Advisory Centre, Cambridge*.
Watts, A. G. (2002). The role of information and communication technologies in integrated career information and guidance systems: A policy perspective. *International Journal for Educational and Vocational Guidance, 2*(3), 139-155.
Watts, A. G. (2006). *Career development learning and employability*: Higher Education Academy York.
Watts, A. G., Hawthorn, R., Law, B., Killeen, J., & Kidd, J. M. (1996). *Rethinking careers education and guidance: theory, policy and practice*: Psychology Press.
Watts, A. G., & Kidd, J. M. (2000). Guidance in the United Kingdom: Past, present and future. *British Journal of Guidance & Counselling, 28*(4), 485-502.
Whiston, S. C., Brecheisen, B. K., & Stephens, J. (2003). Does treatment modality affect career counseling effectiveness? *Journal of Vocational Behavior, 62*(3), 390-410.
Wiese, T. L. (2018). Office of career advancement services: A quantitative study on career confidence as it relates to career readiness.
Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual review of sociology, 26*(1), 215-240.
Xiu-xia, W. (2008). Development Course and Tendency of College Students' Career Planning Education in China [J]. *Journal of Technology College Education, 4*.
Yang, E., Lee, S. M., & Ahn, S.-S. (2012). Career centers in higher education in South Korea: Past, present, and future. *Asian journal of Counselling, 19*(1), 2-53.
Yoon, H. J., & Pyun, C.-H. (2018). The status of career development in South Korea: Qualifications for career professionals. *2018). International practices of career services, credentials, and training*, 137-159.

YÖK. (2020a). 2020 Yılı Yükseköğretim Kurumları Sınavı Yerleştirme Sonuçları Raporu. Retrieved from https://www.yok.gov.tr/HaberBelgeleri/BasinAciklamasi/2020/yks-yerlestirme-sonuclari-raporu-2020.pdf

YÖK. (2020b). Üniversitelerimiz. Retrieved from https://www.yok.gov.tr/universiteler/universitelerimiz

YÖK. (2020c). Yükseköğretim Bilgi Yönetimi Sitemi. Retrieved from https://istatistik.yok.gov.tr/

YÖK. (t.y.). Bologna Süreci Nedir? Retrieved from https://uluslararasi.yok.gov.tr/uluslararasilasma/bologna/temel-bilgiler/bologna-sureci-nedir#:~:text=Bologna%20s%C3%BCreci%20Nedir-,Bologna%20S%C3%BCreci%20Nedir%3F,yaratmay%C4%B1%20hedefleyen%20bir%20reform%20s%C3%BCrecidir.&text=Ama%C3%A7%2C%20y%C3%BCksek%C3%B6%C4%9Fretim%20sistemlerinin%20kendilerine%20%C3%B6zg%C3%BC,ve%20uyumlu%20hale%20getirilmesinden%20ibarettir.

Yükseköğretim Kanunu. (1981). Retrieved from https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2547.pdf

Zainudin, Z. N., Hassan, S. A., Talib, M. A., Aniza, N., Ahmad, Y. M. Y., & Asri, A. S. (2020). Technology-Assisted Career Counselling: Application, Advantages and Challenges as Career Counselling Services and Resources. *Sciences, 10*(11), 67-93.

Zeren, Ş. G., Amanvermez, Y., Buyruk Genç, A., Ermumcu, E., Kalay, T., Satıcı, B., & Yılmaz, A. S. (2017). Yükseköğretimde Kariyer Merkezlerinin İncelenmesi: İstanbul İli Örneği. *Journal of Higher Education & Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 7*(3).

Zhang, W., Hu, X., & Pope, M. (2002). The evolution of career guidance and counseling in the People's Republic of China. *The Career Development Quarterly, 50*(3), 226-236.

EKLER

Ek 1: Üniversitelerin Liglere Göre Dağılımı

Üniversite	Lig
Abdullah Gül Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Adıyaman Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Afyon Kocatepe Üniversitesi	Gazi Ligi
Afyonkarahisar Sağlık Bilimleri Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Akdeniz Üniversitesi	Gazi Ligi
Aksaray Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Altınbaş Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Amasya Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Anadolu Üniversitesi	Gazi Ligi
Anka Teknoloji Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ankara Medipol Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ankara Üniversitesi	Miras Ligi
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Antalya Akev Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Antalya Bilim Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ardahan Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Artvin Çoruh Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ataşehir Adıgüzel Meslek Yüksekokulu	Yükseliş Ligi
Atatürk Üniversitesi	Gazi Ligi
Atılım Üniversitesi	Gazi Ligi
Avrasya Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Avrupa Meslek Yüksekokulu	Yükseliş Ligi
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	Gazi Ligi
Bahçeşehir Üniversitesi	Gazi Ligi
Balıkesir Üniversitesi	Gazi Ligi
Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Bartın Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Başkent Üniversitesi	Gazi Ligi
Batman Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Bayburt Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Beykent Üniversitesi	Gazi Ligi
Beykoz Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Bezm-i Alem Vakıf Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Bingöl Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Biruni Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Bitlis Eren Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Boğaziçi Üniversitesi	Gazi Ligi
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Gazi Ligi
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Bursa Teknik Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Bursa Uludağ Üniversitesi	Gazi Ligi
Çağ Üniversitesi	Gazi Ligi
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Gazi Ligi

Çankaya Üniversitesi	Gazi Ligi
Çankırı Karatekin Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Çukurova Üniversitesi	Gazi Ligi
Demiroğlu Bilim Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Dicle Üniversitesi	Gazi Ligi
Doğuş Üniversitesi	Gazi Ligi
Dokuz Eylül Üniversitesi	Gazi Ligi
Düzce Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ege Üniversitesi	Gazi Ligi
Erciyes Üniversitesi	Gazi Ligi
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Erzurum Teknik Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	Gazi Ligi
Eskişehir Teknik Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Faruk Saraç Tasarım Meslek Yüksekokulu	Yükseliş Ligi
Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Fenerbahçe Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Fırat Üniversitesi	Gazi Ligi
Galatasaray Üniversitesi	Gazi Ligi
Gazi Üniversitesi	Gazi Ligi
Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Gaziantep Üniversitesi	Gazi Ligi
Gebze Teknik Üniversitesi	Gazi Ligi
Giresun Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Gümüşhane Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Hacettepe Üniversitesi	Gazi Ligi
Hakkari Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Haliç Üniversitesi	Gazi Ligi
Harran Üniversitesi	Gazi Ligi
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi	Gazi Ligi
Hitit Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Iğdır Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Işık Üniversitesi	Gazi Ligi
İbn Haldun Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi	Gazi Ligi
İnönü Üniversitesi	Gazi Ligi
İskenderun Teknik Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul 29 Mayıs Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Arel Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Atlas Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Aydın Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Ayvansaray Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Bilgi Üniversitesi	Gazi Ligi
İstanbul Esenyurt Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Galata Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Gedik Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Gelişim Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Kent Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Kültür Üniversitesi	Gazi Ligi
İstanbul Medeniyet Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Medipol Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Okan Üniversitesi	Gazi Ligi
İstanbul Rumeli Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Şehir Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Şişli Meslek Yüksekokulu	Yükseliş Ligi

İstanbul Teknik Üniversitesi	Miras Ligi
İstanbul Ticaret Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstanbul Üniversitesi	Miras Ligi
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa	Yükseliş Ligi
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İstinye Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İzmir Bakırçay Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İzmir Demokrasi Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İzmir Ekonomi Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu	Yükseliş Ligi
İzmir Tınaztepe Üniversitesi	Yükseliş Ligi
İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü	Gazi Ligi
Kadir Has Üniversitesi	Gazi Ligi
Kafkas Üniversitesi	Gazi Ligi
Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	Gazi Ligi
Kapadokya Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Karabük Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Karadeniz Teknik Üniversitesi	Gazi Ligi
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Kastamonu Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Kayseri Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Kırıkkale Üniversitesi	Gazi Ligi
Kırklareli Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Kilis 7 Aralık Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Kocaeli Üniversitesi	Gazi Ligi
Koç Üniversitesi	Gazi Ligi
Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Konya Teknik Üniversitesi	Yükseliş Ligi
KTO-Karatay Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	Gazi Ligi
Kütahya Sağlık Bilimleri Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Lokman Hekim Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Malatya Turgut Özal Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Maltepe Üniversitesi	Gazi Ligi
Manisa Celal Bayar Üniversitesi	Gazi Ligi
Mardin Artuklu Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Marmara Üniversitesi	Miras Ligi
MEF Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Mersin Üniversitesi	Gazi Ligi
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi	Miras Ligi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Gazi Ligi
Munzur Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Muş Alparslan Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Necmettin Erbakan Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	Gazi Ligi
Nişantaşı Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Nuh Naci Yazgan Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	Gazi Ligi
Ordu Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Gazi Ligi
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi	Yükseliş Ligi
OSTİM Teknik Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Özyeğin Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Pamukkale Üniversitesi	Gazi Ligi

Piri Reis Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Sabancı Üniversitesi	Gazi Ligi
Sağlık Bilimleri Üniversitesi	Miras Ligi
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Sakarya Üniversitesi	Gazi Ligi
Samsun Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Sanko Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Selçuk Üniversitesi	Gazi Ligi
Semerkand Bilim ve Medeniyet Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Siirt Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Sinop Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Sivas Bilim ve Teknoloji Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	Gazi Ligi
Süleyman Demirel Üniversitesi	Gazi Ligi
Şırnak Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Tarsus Üniversitesi	Yükseliş Ligi
TED Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi	Yükseliş Ligi
TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	Gazi Ligi
Toros Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Trabzon Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Trakya Üniversitesi	Gazi Ligi
Türk Hava Kurumu Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Türk-Alman Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Türkiye Uluslararası İslam, Bilim ve Teknoloji Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Türk-Japon Bilim ve Teknoloji Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Ufuk Üniversitesi	Gazi Ligi
Uşak Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Üsküdar Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi	Gazi Ligi
Yalova Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Yaşar Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Yeditepe Üniversitesi	Gazi Ligi
Yıldız Teknik Üniversitesi	Miras Ligi
Yozgat Bozok Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Yüksek İhtisas Üniversitesi	Yükseliş Ligi
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	Gazi Ligi

Ek 2: Üni-Veri Bölüm Sınıflandırması

GRUPLANDIRMA	BÖLÜM ADI
ANTROPOLOJİ	Antropoloji
	Etnoloji
	Halkbilim
	Sosyal Antropoloji
	Türk Halkbilimi
ARKEOLOJİ	Arkeoloji
	Arkeoloji ve Sanat Tarihi
	Klasik Arkeoloji
	Kültür Varlıklarını Koruma ve Onarım
	Müzecilik
	Prehistorya
	Protohistorya ve Ön Asya Arkeolojisi
	Tarih Öncesi Arkeolojisi
	Taşınabilir Kültür Varlıklarını Koruma ve Onarım
	Türk İslam Arkeolojisi
BANKACILIK ve SİGORTACILIK	Bankacılık
	Bankacılık ve Finans
	Bankacılık ve Sigortacılık
	Sermaye Piyasaları ve Portföy Yönetimi
	Sermaye Piyasası
	Sermaye Piyasası Denetim ve Derecelendirme
	Sigortacılık
	Sigortacılık ve Risk Yönetimi
	Sigortacılık ve Sosyal Güvenlik
BESLENME VE DİYETETİK	Beslenme ve Diyetetik
BİLGİSAYAR MÜHENDİSLİĞİ	Adli Bilişim Mühendisliği
	Bilgisayar Bilimi ve Mühendisliği
	Bilgisayar Mühendisliği
	Bilgisayar ve Yazılım Mühendisliği
	Bilişim Sistemleri Mühendisliği
	Yazılım Mühendisliği
BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ ÖĞRETMENLİĞİ	Bilgisayar Öğretmenliği
	Bilgisayar Sistemleri Öğretmenliği
	Bilgisayar ve Kontrol Öğretmenliği
	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği
	Elektronik ve Bilgisayar Öğretmenliği
BİYOLOJİ	Biyoloji
BİYOMÜHENDİSLİK	Biyomühendislik
	Biyoenformatik ve Genetik
	Biyomedikal Mühendisliği
	Biyosistem Mühendisliği
	Biyoteknoloji
	Biyoteknoloji ve Moleküler Biyoloji
	Genetik ve Biyoinformatik
	Genetik ve Biyomühendislik
	Moleküler Biyoloji ve Genetik
	Moleküler Biyoloji, Genetik ve Biyomühendislik
	Tıp Mühendisliği
COĞRAFYA	Coğrafya
ÇALIŞMA EKONOMİSİ	Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
ÇEVRE MÜHENDİSLİĞİ	Çevre Mühendisliği
ÇOCUK GELİŞİMİ	Çocuk Gelişimi
	Çocuk Sağlığı ve Gelişimi
DİŞ HEKİMLİĞİ	Diş Hekimliği
ECZACILIK	Eczacılık
EKONOMETRİ	Ekonometri
	Finansal Ekonometri
ELEKTRİK VE ELEKTRONİK	Elektrik Mühendisliği
	Elektrik ve Elektronik Mühendisliği
	Elektrik Elektronik Mühendisliği
	Elektronik Mühendisliği

	Elektronik ve Haberleşme Mühendisliği
	Telekomünikasyon Mühendisliği
ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ	Endüstri Mühendisliği
	Endüstri Sistemleri Mühendisliği
	Endüstri ve Sistem Mühendisliği
	İşletme Mühendisliği
	Sistem Mühendisliği
ENDÜSTRİYEL TASARIM	Endüstri Tasarımı
	Endüstri Ürünleri Tasarımı
	Endüstriyel Tasarım
	Endüstriyel Tasarım Mühendisliği
	Gemi ve Yat Tasarımı
FELSEFE	Ekonomi Politik ve Toplum Felsefesi
	Felsefe
FEN BİLGİSİ ÖĞRETMENLİĞİ	Fen Bilgisi Öğretmenliği
FİZİK	Astronomi ve Uzay Bilimleri
	Fizik
	Fizik Mühendisliği
	Optik ve Akustik Mühendisliği
	Uzay Bilimleri ve Teknolojileri
FİZİK, KİMYA VE BİYOLOJİ ÖĞRETMENLİĞİ	Biyoloji Öğretmenliği
	Fizik Öğretmenliği
	Kimya Öğretmenliği
FİZYOTERAPİ	Ergoterapi Fizyoterapi ve Rehabilitasyon
	Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon
GEMİ MÜHENDİSLİĞİ	Deniz Teknolojisi Mühendisliği
	Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği
	Gemi İnşa ve Gemi Makineleri Mühendisliği
	Gemi İnşaatı Mühendisliği
	Gemi İnşaatı ve Gemi Makineleri Mühendisliği
	Gemi Makineleri İşletme Mühendisliği
	Gemi ve Deniz Teknolojisi Mühendisliği
GIDA MÜHENDİSLİĞİ	Gıda Mühendisliği
GÜZEL SANATLAR	Aksesuar Tasarımı
	Animasyon
	Baskı Sanatları
	Bileşik Sanatlar
	Cam
	Canlandırma Filmi Tasarım ve Yönetimi
	Çini
	Çini Tasarımı
	Çizgi Film
	Çizgi Film ve Animasyon
	Dramatik Yazarlık
	Dramatik Yazarlık-Dramaturji
	Duysal (Ses) Sanatları Tasarımı
	El Sanatları
	El Sanatları Tasarımı ve Üretimi
	Eski Çini Onarımları
	Film Tasarım ve Yazarlık
	Film Tasarım ve Yönetmenliği
	Film Tasarımı
	Fotoğraf
	Fotoğraf ve Grafik Sanatlar
	Fotoğraf ve Video
	Geleneksel Türk El Sanatları
	Geleneksel Türk Sanatları
	Gemoloji
	Görsel Sanatlar
	Görüntü Sanatları
	Grafik
	Grafik Resimleme ve Baskı
	Grafik Sanatları

	Grafik Tasarım
	Halı Kilim
	Halı, Kilim ve Eski Kumaş Desenleri
	Hat
	Heykel Kurgu-Ses ve Görüntü Yönetimi
	Kuyumculuk
	Kuyumculuk ve Mücevher Tasarımı
	Moda Giyim Tasarımı
	Moda Tasarımı
	Moda ve Tekstil Tasarımı
	Performans
	Plastik Sanatlar
	Plastik Sanatlar ve Resim
	Resim
	Resim-Baskı Sanatları
	Restorasyon ve Konservasyon
	Sahne Dekorları ve Kostümü
	Sahne Tasarımı
	Sahne ve Gösteri Sanatları Yönetimi
	Sanat (Tasarım) Yönetimi
	Sanat Eserleri Konservasyonu ve Restorasyonu
	Sanat Tasarımı
	Sanat ve Kültür Yönetimi
	Sanat ve Tasarım
	Sanat Yönetimi
	Seramik
	Seramik Sanatları
	Seramik ve Cam
	Seramik ve Cam Tasarımı
	Takı Tasarımı
	Takı Teknolojisi ve Tasarımı
	Tekstil
	Tekstil Tasarım
	Tekstil Tasarımı ve Üretimi
	Tekstil ve Deri Moda Tasarımı
	Tekstil ve Moda Tasarımı
	Tezhip
	Turizm Animasyonu
HARİTA MÜHENDİSLİĞİ	Geomatik Mühendisliği
	Harita Mühendisliği
	Jeodezi ve Fotogrametri Mühendisliği
HEMŞİRELİK	Ebelik
	Hemşirelik
	Hemşirelik ve Sağlık Hizmetleri
HUKUK	Hukuk
İÇ MİMARLIK	İç Mimarlık
	İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı
İKTİSAT	Ekonomi
	Ekonomi ve Finans
	İktisat
	İşletme-Ekonomi
İLETİŞİM	Basın ve Yayın
	Gazetecilik
	Halkla İlişkiler
	Görsel İletişim
	Görsel İletişim Tasarımı
	Görsel Sanatlar ve Görsel İletişim Tasarımı
	Halkla İlişkiler
	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
	İletişim
	İletişim Bilimleri
	İletişim Sanatları

	İletişim Tasarımı
	İletişim ve Tasarım
	İletişim Tasarımı ve Yönetimi
	Kültür Yönetimi
	Medya ve Görsel Sanatlar
	Medya ve İletişim
	Medya ve İletişim Sistemleri
	Plastik Sanatlar
	Moda ve Tekstil Tasarımı
	Radyo ve Televizyon
	Radyo, Televizyon ve Sinema
	Reklam Tasarımı ve İletişimi
	Reklamcılık
	Sinema ve Dijital Medya
	Sinema ve Televizyon
	Televizyon Haberciliği ve Programcılığı
	Yeni Medya
	Yeni Medya ve Gazetecilik
İMALAT MÜHENDİSLİĞİ	İmalat Mühendisliği
	Kontrol Mühendisliği
	Kontrol ve Otomasyon Mühendisliği
	Makine ve İmalat Mühendisliği
	Mekatronik Mühendisliği
	Mekatronik Sistemler Mühendisliği
	Üretim Sistemleri Mühendisliği
İNŞAAT MÜHENDİSLİĞİ	İnşaat Mühendisliği
İSLAMİ BİLİMLER	Dünya Dinleri
	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenliği
	İlahiyat
	İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenliği
	İslami İlimler
	İslam ve Din Bilimleri
	Uluslararası İlahiyat
	Yaygın Din Öğretimi ve Uygulamaları
İSTATİSTİK	Aktüerya
	Aktüerya Bilimleri
	Aktüerya ve Risk Yönetimi
	İstatistik
	İstatistik ve Bilgisayar Bilimleri
İŞLETME	İşletme
	Yönetim Bilimleri (İşletme Fakültesi)
	Yönetim Bilimleri Programları
İŞLETME YÖNETİMİ	Aile ve Tüketici Bilimleri
	Bilgi ve Belge Yönetimi
	Denizcilik İşletmeleri Yönetimi
	Enerji Yönetimi
	Gayrimenkul ve Varlık Değerleme
	Girişimcilik
	Havacılık Yönetimi
	Havacılık İşletmeciliği
	İnsan Kaynakları Yönetimi
	İşletme Bilgi Yönetimi
	İşletme Yönetimi
	Kütüphanecilik
	Muhasebe
	Muhasebe Bilgi Sistemleri
	Muhasebe ve Denetim
	Muhasebe ve Finans Yönetimi
	Muhasebe ve Finansal Yönetim
	Mutfak Sanatları ve Yönetimi
	Pazarlama
	Sanat ve Kültür Yönetimi
	Sivil Havacılık İşletmeciliği
	Tapu Kadastro

	Tekstil Geliştirme ve Pazarlama
	Uluslararası Perakende Yönetimi
	Yerel Yönetimler
	Yönetim Bilimleri
	Yönetim Bilimleri Programları
JEOFİZİK MÜHENDİSLİĞİ	Jeofizik Mühendisliği
JEOLOJİ MÜHENDİSLİĞİ	Hidrojeoloji Mühendisliği
	Jeoloji Mühendisliği
KENTSEL TASARIM VE PEYZAJ MİMARLIĞI	Kentsel Tasarım ve Peyzaj Mimarlığı
	Kentsel Tasarım ve Peyzaj Mimarisi
	Peyzaj Mimarlığı
	Şehir ve Bölge Planlama
KİMYA	Biyokimya
	Kimya
KİMYA MÜHENDİSLİĞİ	Kimya Mühendisliği
	Kimya Mühendisliği ve Uygulamalı Kimya
	Kimya ve Süreç Mühendisliği
	Kimya-Biyoloji Mühendisliği
	Polimer Mühendisliği
KONSERVATUAR	Arp
	Bale
	Bale Dansçılığı
	Bando Şefliği
	Caz
	Çalgı
	Çalgı Eğitimi
	Çalgı Yapım
	Dans
	Drama ve Oyunculuk
	Etnomüzikoloji ve Folklor
	Fagot
	Flüt
	Geleneksel Çalgılar
	Geleneksel Türk Halk Müziği
	Geleneksel Türk Müziği
	Genel Müzikoloji
	Gitar
	Keman
	Klarnet
	Klasik Bale
	Kompozisyon
	Kompozisyon ve Orkestra Şefliği
	Kontrabas
	Korno
	Koro
	Modern Dans
	Müzik
	Müzik Bilimleri
	Müzik Teknolojileri
	Müzik Teorisi
	Müzik Toplulukları
	Müzikoloji
	Nefesli Çalgılar ve Vurmalı Çalgılar
	Obua
	Opera
	Opera Şarkıcılığı
	Opera ve Konser Şarkıcılığı
	Osmanlı Dönemi Karşılaştırmalı Müzik
	Oyunculuk
	Piyano
	Piyano Onarımı Yapımı
	Piyano-Arp-Gitar
	Popüler Müzik Şarkıcılığı
	Sahne Sanatları

	Ses Eğitimi
	Şan
	Temel Bilimler
	Teori
	Tiyatro
	Tiyatro Eleştirmenliği ve Dramaturji
	Trombon
	Trompet
	Tuba
	Türk Din Musikisi
	Türk Halk Müziği
	Türk Halk Müziği Çalgı Eğitimi
	Türk Halk Müziği Ses Eğitimi
	Türk Halk Müziği Ses Eğitimi
	Türk Halk Oyunları
	Türk Musikisi
	Türk Musikisi Temel Bilimler
	Türk Müziği
	Türk Müziği Türk Müziği Temel Bilimler
	Türk Sanat Müziği
	Türk Sanat Müziği Temel Bilimler
	Türk Sanat Müziği Ses Eğitimi
	Üflemeli ve Vurmalı Çalgılar
	Viyola
	Viyolonsel
	Vurmalı Çalgılar
	Vurma Çalgılar
	Yaylı Çalgılar
	Yaylı Çalgılar Yapımı
MADEN MÜHENDİSLİĞİ	Cevher Hazırlama Mühendisliği
	Maden Mühendisliği
	Maden ve Cevher Hazırlama Mühendisliği
MAKİNE MÜHENDİSLİĞİ	Makine Mühendisliği
MALİYE	Maliye
MALZEME MÜHENDİSLİĞİ	Malzeme Bilimi ve Mühendisliği
	Malzeme Bilimi ve Nano Mühendislik
	Malzeme Bilimi ve Nanoteknoloji Mühendisliği
	Malzeme Mühendisliği
	Metalurji ve Malzeme Mühendisliği
	Nanoteknoloji Mühendisliği
MATEMATİK	Finans Matematiği
	Matematik
	Matematik-Bilgisayar
	Matematik Mühendisliği
	Matematik ve Bilgisayar Bilimleri
MATEMATİK ÖĞRETMENLİĞİ	İlköğretim Matematik Öğretmenliği
	Matematik Öğretmenliği
MİMARLIK	Mimarlık
ODYOLOJİ	Odyoloji
OKUL ÖNCESİ ÖĞRETMENLİĞİ	Okul Öncesi Öğretmenliği
	Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Öğretmenliği
	Çocuk Gelişimi ve Okul Öncesi Öğretmenliği
OTOMOTİV MÜHENDİSLİĞİ	Otomotiv Mühendisliği
	Raylı Sistemler Mühendisliği
	Ulaştırma Mühendisliği
ÖĞRETMENLİK	Aile Ekonomisi ve Beslenme Öğretmenliği
	Aile ve Tüketici Bilimleri Öğretmenliği
	Almanca Öğretmenliği
	Arapça Öğretmenliği
	Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği
	Büro Yönetimi Öğretmenliği
	Coğrafya Öğretmenliği
	Çiçek, Örgü ve Dokuma Öğretmenliği
	Dekoratif Sanatlar Öğretmenliği

	Döküm Öğretmenliği
	Elektrik Öğretmenliği
	Elektronik Öğretmenliği
	Elektronik ve Haberleşme Öğretmenliği
	Endüstriyel Teknoloji Öğretmenliği
	Enerji Öğretmenliği
	Engellilerde Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği
	Felsefe Grubu Öğretmenliği
	Fransızca Öğretmenliği
	Giyim Endüstrisi Öğretmenliği
	Giyim Öğretmenliği
	Görme Engelliler Öğretmenliği
	Grafik Öğretmenliği
	Hazır Giyim Öğretmenliği
	İngilizce Öğretmenliği
	İngilizce Öğretmenliği Öğretimi
	İşitme Engelliler Öğretmenliği
	İşletme Öğretmenliği
	Japonca Öğretmenliği
	Kalıpçılık Öğretmenliği
	Konaklama İşletmeciliği Eğitimi
	Konaklama İşletmeciliği Öğretmenliği
	Kontrol Öğretmenliği
	Kuaförlük ve Güzellik Bilgisi Öğretmenliği
	Makine Resim ve Konstrüksiyonu Öğretmenliği
	Matbaa Öğretmenliği
	Mekatronik Öğretmenliği
	Mesleki Resim Öğretmenliği
	Metal Öğretmenliği
	Mobilya ve Dekorasyon Öğretmenliği
	Moda Tasarımı Öğretmenliği
	Muhasebe ve Finansman Öğretmenliği
	Müzik Öğretmenliği
	Nakış Öğretmenliği
	Otomotiv Öğretmenliği
	Özel Eğitim Öğretmenliği
	Pazarlama Öğretmenliği
	Resim-İş Eğitimi
	Resim-İş Öğretmenliği
	Sağlık Eğitimi
	Seramik Öğretmenliği
	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Eğitimi
	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Öğretmenliği
	Talaşlı Üretim Öğretmenliği
	Tarih Öğretmenliği
	Tekstil Dokuma ve Örgü Öğretmenliği
	Tekstil Öğretmenliği
	Tekstil Terbiye Öğretmenliği
	Telekomünikasyon Öğretmenliği
	Üstün Zekâlılar Öğretmenliği
	Yapı Öğretmenliği
	Yapı Ressamlığı Öğretmenliği
	Yapı Tasarımı Öğretmenliği
PETROL MÜHENDİSLİĞİ	Enerji Mühendisliği
	Enerji Sistemleri Mühendisliği
	Nükleer Enerji Mühendisliği
	Petrol ve Doğalgaz Mühendisliği
PİLOTAJ	Pilotaj
	Pilot Eğitimi
PSİKOLOJİ	Psikoloji
PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK VE REHBERLİK	Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık
SAĞLIK HİZMETLERİ	Acil Yardım ve Afet Yönetimi
	Dil ve Konuşma Terapisi
	Gerontoloji

	Ortez-Protez
	Perfüzyon
	İş Sağlığı ve Güvenliği
SAĞLIK YÖNETİMİ	Sağlık İdaresi
	Sağlık Kurumları İşletmeciliği
	Sağlık Kurumları Yöneticiliği
	Sağlık Kurumları Yönetimi
	Sağlık Kuruluşları Yöneticiliği
	Sağlık Memurluğu
	Sağlık Yönetimi
SINIF ÖĞRETMENLİĞİ	Sınıf Öğretmenliği
SİYASET BİLİMİ KAMU YÖNETİMİ ULUSLARARASI İLİŞKİLER	Avrupa Birliği İlişkileri
	Kamu Yönetimi
	Küresel Siyaset ve Uluslararası İlişkiler
	Küresel ve Uluslararası İlişkiler
	Siyaset Bilimi
	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi
	Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler
	Toplumsal ve Siyasal Bilimler
	Uluslararası Çalışmalar
	Uluslararası İlişkiler
	Uluslararası İlişkiler ve Avrupa Birliği
	Uluslararası İlişkiler ve Deniz Güvenliği
SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLİĞİ	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği
SOSYAL HİZMETLER	Sosyal Hizmet
SOSYOLOJİ	İnsan ve Toplum Bilimleri
	Kültürel Çalışmalar
	Sosyoloji
SPOR BİLİMLERİ	Antrenörlük Eğitimi
	Egzersiz ve Spor Bilimleri
	Rekreasyon
	Rekreasyon Yönetimi
	Spor Bilimleri
	Spor Yöneticiliği
SU ÜRÜNLERİ	Balıkçılık Teknolojisi
	Balıkçılık Teknolojisi Mühendisliği
	Su Bilimleri ve Mühendisliği
	Su Ürünleri
	Su Ürünleri Mühendisliği
TARİH	Arkeoloji ve Sanat Tarihi
	Bilim Tarihi
	Sanat Tarihi
	Tarih
	Tarih Öncesi Arkeolojisi
TEKNİK EĞİTİM	Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği
	Basım Teknolojileri
	Bilgisayar Bilimleri
	Bilgisayar Teknolojisi ve Bilişim Sistemleri
	Bilişim Sistemleri ve Teknolojileri
	Enformasyon Teknolojileri
	Ev Ekonomisi
	Gümrük İşletme
	Hava Trafik Kontrol
	Havacılık Elektrik ve Elektroniği
	İşletme Enformatiği
	Lojistik
	Lojistik ve Taşımacılık
	Lojistik Yönetimi
	Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği
	Teknoloji ve Bilgi Yönetimi
	Uçak Elektrik-Elektronik
	Uçak Gövde-Motor
	Uçak Gövde-Motor Bakımı
	Yönetim Bilişim Sistemleri

TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİ	Deri Mühendisliği
	Tekstil Mühendisliği
TIP	Tıp
TURİZM	Gastronomi
	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
	Konaklama İşletmeciliği
	Otel Yöneticiliği
	Seyahat İşletmeciliği
	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği
	Turizm İşletmeciliği
	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
	Turizm Rehberliği
	Turizm ve Otel İşletmeciliği
	Turizm ve Otelcilik
	Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği
TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI	Türk Dili ve Edebiyatı
TÜRKÇE ÖĞRETMENLİĞİ	Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmenliği
	Türkçe Öğretmenliği
	Türkçe Öğretmenliği Öğretim
UÇAK MÜHENDİSLİĞİ	Havacılık ve Uzay Mühendisliği
	Meteoroloji Mühendisliği
	Uçak Mühendisliği
	Uzay Mühendisliği
	Uçak ve Uzay Mühendisliği
ULUSLARARASI TİCARET	Ulaştırma ve Lojistik
	Uluslararası Finans
	Uluslararası Finans ve Bankacılık
	Uluslararası Girişimcilik
	Uluslararası İşletme
	Uluslararası İşletme Yönetimi
	Uluslararası İşletmecilik
	Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret
	Uluslararası Lojistik
	Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık
	Uluslararası Lojistik Yönetimi
	Uluslararası Ticaret
	Uluslararası Ticaret ve Finans
	Uluslararası Ticaret ve Finans
	Uluslararası Ticaret ve Finansman
	Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik
	Uluslararası Ticaret ve Lojistik
	Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi
	Uluslararası Ticaret ve Pazarlama
	Uluslararası Ticaret, Lojistik ve İşletmecilik
VETERİNERLİK	Veterinerlik
YABANCI DİLLER	Alman Dili ve Edebiyatı
	Amerikan Kültürü ve Edebiyatı
	Arap Dili ve Edebiyatı
	Arnavut Dili ve Edebiyatı
	Azerbaycan Türkçesi ve Edebiyatı
	Boşnak Dili ve Edebiyatı
	Bulgar Dili ve Edebiyatı
	Çağdaş Türk Lehçeleri ve Edebiyatları
	Çağdaş Yunan Dili ve Edebiyatı
	Çerkez Dili ve Edebiyatı
	Çeviribilim (Almanca)
	Çeviribilim (İngilizce)
	Çin Dili ve Edebiyatı
	Dilbilim
	Ermeni Dili ve Edebiyatı
	Eski Yunan Dili ve Edebiyatı
	Fars Dili ve Edebiyatı
	Fransız Dili ve Edebiyatı
	Gürcü Dili ve Edebiyatı

	Hırvat Dili ve Edebiyatı
	Hindoloji
	Hititoloji
	Hungaroloji
	İbrani Dili ve Edebiyatı
	İngiliz Dil Bilimi
	İngiliz Dili ve Edebiyatı
	İngiliz Dili ve Karşılaştırmalı Edebiyat
	İspanyol Dili ve Edebiyatı
	İtalyan Dili ve Edebiyatı
	Japon Dili ve Edebiyatı
	Karşılaştırmalı Edebiyat
	Kore Dili ve Edebiyatı
	Koreoloji
	Kürt Dili ve Edebiyatı
	Latin Dili ve Edebiyatı
	Leh Dili ve Edebiyatı
	Mütercim-Tercümanlık (Almanca)
	Mütercim-Tercümanlık (Arapça)
	Mütercim-Tercümanlık (Bulgarca)
	Mütercim-Tercümanlık (Çift Dilli: İngilizce-Almanca)
	Mütercim-Tercümanlık (Çift Dilli: İngilizce-Fransızca)
	Mütercim-Tercümanlık (Çince)
	Mütercim-Tercümanlık (Farsça)
	Mütercim-Tercümanlık (Fransızca)
	Mütercim-Tercümanlık (İngilizce)
	Mütercim-Tercümanlık (Rusça)
	Mütercim-Tercümanlık (Türkçe-Almanca-İngilizce)
	Mütercim-Tercümanlık (Türkçe-İngilizce-Fransızca)
	Polonya Dili ve Kültürü (Lehçe)
	Rus Dili ve Edebiyatı
	Sinoloji
	Sümeroloji
	Urdu Dili ve Edebiyatı
	Yunan Dili ve Edebiyatı
	Zaza Dili ve Edebiyatı
ZİRAAT VE TARIM	Bahçe Bitkileri
	Besin Teknolojisi
	Bitki Koruma
	Bitkisel Üretim
	Bitkisel Üretim ve Teknolojileri
	Gıda Teknolojisi
	Hayvansal Üretim
	Kanatlı Hayvan Yetiştiriciliği
	Organik Tarım İşletmeciliği
	Orman Endüstrisi Mühendisliği
	Orman Mühendisliği
	Süt Teknolojisi
	Tarım Ekonomisi
	Tarım Makineleri
	Tarım Makineleri ve Teknolojileri Mühendisliği
	Tarım Teknolojisi
	Tarımsal Biyoteknoloji
	Tarımsal Genetik Mühendisliği
	Tarımsal Yapılar ve Sulama
	Tarla Bitkileri
	Toprak
	Toprak Bilimi ve Bitki Besleme
	Tütün Eksperliği Yüksekokulu
	Yaban Hayatı Ekolojisi ve Yönetimi
	Zeotekni
	Ziraat Mühendisliği
	Zootekni