

BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK BÖLÜMÜ

Yaşam Boyu Öğrenme YouTube Kanalı İstatistiksel Performans Raporu

Bu rapor, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü Yaşam Boyu Öğrenme kapsamında yayımlanan YouTube videolarına ilişkin izlenme, beğeni ve yorum istatistiklerinin değerlendirilmesini kapsamaktadır. Hazırlanan raporun amacı, Bölümün çevrimiçi öğrenme ve dijital görünürlük stratejilerine yönelik mevcut durumunu analiz ederek, öğrenme çıktılarının görünürlüğünü artırmaya yönelik öneriler geliştirmektir. Elde edilen bulgular, yaşam boyu öğrenme yaklaşımına katkıda bulunmak, öğrenci ve toplumsal etkileşimi güçlendirmek, içerik planlamasına veri temelli bilgi sunmak ve Bölümün dijital etki alanını genişletmek açısından stratejik bir geri bildirim niteliği taşımaktadır.

Analiz, Kasım 2025 itibarıyla 13 adet videoya ilişkin izlenme (görüntülenme sayısı), beğeni sayısı ve yorum sayısı verilerine dayanmaktadır. Videoların yayın tarihleri 1 yıl ile 1 ay arasında değişmekte olup, farklı temalarda hazırlanan içerikler öğrenme çıktılarının sürekliliğini desteklemektedir. Değerlendirmeye alınan videolar; lojistik, dış ticaret, kriz yönetimi, yeşil lojistik, afet lojistiği, inovasyon ve dijitalleşme gibi alanları kapsamaktadır.

Tablo 1. Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü Yaşam Boyu Öğrenme YouTube Videoları İstatistiksel Bilgileri

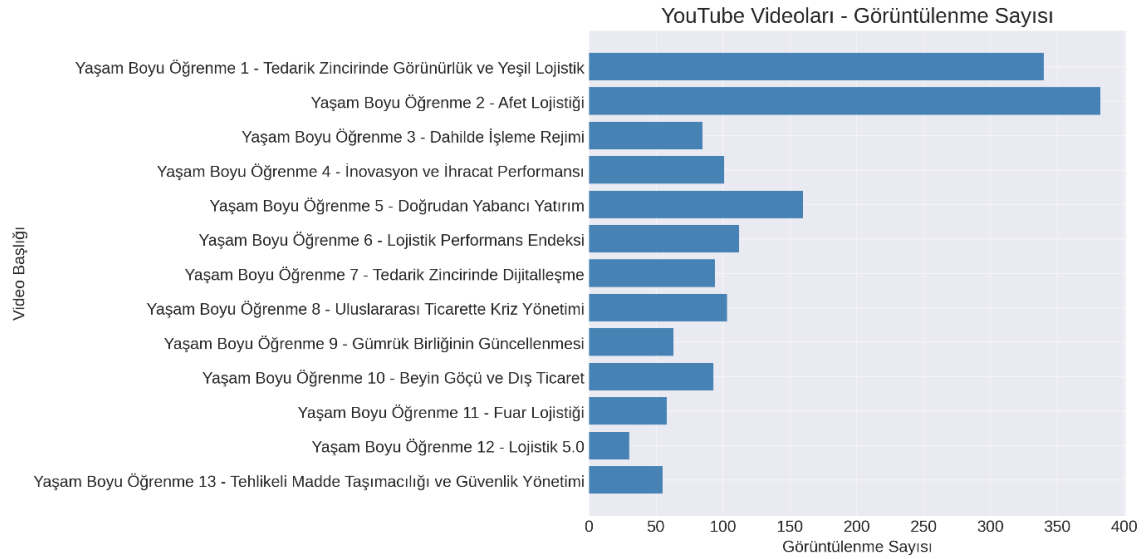
Video Başlığı	Yayınlanma Tarihi (Kasım 2025'e göre)	Görüntülenme Sayısı	Beğeni Sayısı	Yorum Sayısı
Yaşam Boyu Öğrenme 1 - Tedarik Zincirinde Görünürlük ve Yeşil Lojistik	1 yıl önce	340	43	5
Yaşam Boyu Öğrenme 2 - Afet Lojistiği	1 yıl önce	382	46	15
Yaşam Boyu Öğrenme 3 - Dahilde İşleme Rejimi	11 ay önce	85	5	0
Yaşam Boyu Öğrenme 4 - İnovasyon ve İhracat Performansı	10 ay önce	101	17	3
Yaşam Boyu Öğrenme 5 - Doğrudan Yabancı Yatırım	10 ay önce	160	12	4
Yaşam Boyu Öğrenme 6 - Lojistik Performans Endeksi	9 ay önce	112	7	0
Yaşam Boyu Öğrenme 7 - Tedarik Zincirinde Dijitalleşme	8 ay önce	94	9	2
Yaşam Boyu Öğrenme 8 - Uluslararası Ticarete Kriz Yönetimi	8 ay önce	103	12	2

Yaşam Boyu Öğrenme 9 - Gümrük Birliğinin Güncellenmesi	7 ay önce	63	6	0
Yaşam Boyu Öğrenme 10 - Beyin Göçü ve Dış Ticaret	7 ay önce	93	4	0
Yaşam Boyu Öğrenme 11 - Fuar Lojistiği	1 ay önce	58	9	1
Yaşam Boyu Öğrenme 12 - Lojistik 5.0	1 ay önce	30	1	0
Yaşam Boyu Öğrenme 13 - Tehlikeli Madde Taşımacılığı ve Güvenlik Yönetimi	1 ay önce	55	9	0

Videoların görüntülenme sayıları 30 ile 382 arasında değişmektedir. Ortalama görüntülenme sayısı 137'dir. En yüksek görüntülenmeye sahip video "Afet Lojistiği" (382) olurken, en düşük görüntülenme sayısı "Lojistik 5.0" (30) videosuna aittir.

- Yüksek performanslı içerikler: Afet Lojistiği (382), Yeşil Lojistik (340)
- Düşük performanslı içerikler: Lojistik 5.0 (30), Tehlikeli Madde Taşımacılığı (55)

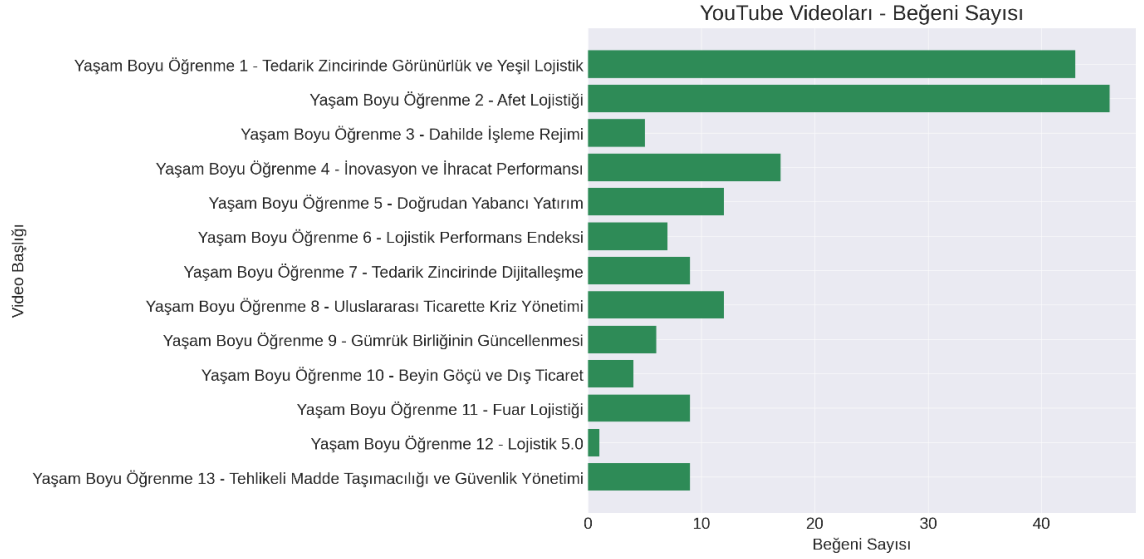
Bu bulgular, içeriklerin yayın tarihleriyle izlenme sayıları arasında doğrudan bir ilişki olduğunu göstermektedir. Uzun süredir yayında olan videolar daha yüksek performans sergilemektedir.



Grafik 1. YouTube Videoları Görüntülenme Sayıları

Beğeni sayıları 1 ile 46 arasında değişmekte olup, ortalama 13 beğeni elde edilmiştir. İzlenme sayısındaki sıralamayla paralel şekilde, Afet Lojistiği (46) ve Yeşil Lojistik (43) en çok beğeni alan videolardır. Lojistik 5.0 (1) ise en düşük beğeniye sahip

içeriktir. İzlenme sayısı arttıkça beğeni sayısının da yükselmesi, izleyici memnuniyeti ile erişim arasındaki pozitif korelasyonu desteklemektedir.



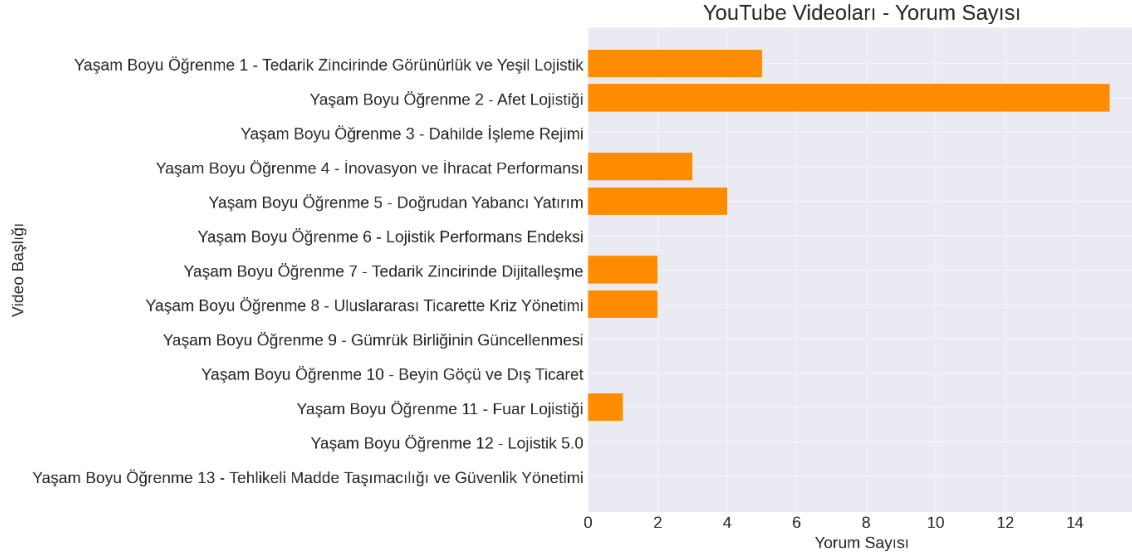
Grafik 2. YouTube Videoları Beğeni Sayıları

Yorum sayıları 0 ile 15 arasında değişmektedir. Ortalama yorum sayısı 2 olarak hesaplanmıştır. Yalnızca 5 videoda yorum bulunurken, 8 videoda hiç yorum yapılmamıştır.

- En fazla yorum alan video: Afet Lojistiği (15)
- İkinci sıradaki video: Yeşil Lojistik (5)

Düşük yorum oranı, izleyici etkileşiminin sınırlı olduğunu ve bu alanda gelişme fırsatları bulunduğunu göstermektedir.

Video yorumları incelendiğinde izleyici geri bildirimlerinin büyük oranda teşekkür, takdir ve yararlılık vurgusu içerdiği görülmektedir. Katılımcılar özellikle “yararlı”, “bilgilendirici” ve “anlaşılır” gibi niteliklerle içerikleri tanımlamış; bu durum videoların öğretici niteliğinin izleyiciler tarafından fark edildiğini göstermektedir. Yorumlarda dikkat çeken bir diğer unsur, saygı ve minnettarlık ifadeleri ile destekleyici emojilerin yoğun kullanımıdır. Bu dil, izleyicilerin içerikleri yalnızca izlemekle kalmayıp olumlu bir öğrenme deneyimi yaşadıklarını da ortaya koymaktadır. Ayrıca, yorumların çoğunun ilk videolara (özellikle 1, 4, 5, 7 ve 8. videolara) yoğunlaşmış olması, erken yayımlanan ve daha fazla erişim alan içeriklerin aynı zamanda etkileşim açısından da daha güçlü olduğunu göstermektedir. Bu durum, izleyici memnuniyetinin sürdürülebilir bir içerik stratejisinde önemli bir referans noktası olabileceğine işaret etmektedir.



Grafik 3. YouTube Videoları Yorum Sayıları,

İçerik temaları bazında yapılan değerlendirme, afet yönetimi, yeşil lojistik ve inovasyon gibi güncel konuların izleyiciler tarafından daha fazla ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır. Daha teknik konuların (örneğin, Lojistik 5.0 veya Gümrük Birliği) izlenme ve etkileşim oranları daha düşüktür. Bu durum, içerik stratejisinde daha güncel ve uygulama odaklı konulara öncelik verilmesinin erişimi artırabileceğini göstermektedir.

Videoların yayın tarihleri dikkate alındığında, içeriklerin yayında kaldıkları süreyle izlenme oranı arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir:

- 1 yıl önce yayımlanan videolar → Ortalama 361 görüntülenme
- 6–12 ay önce yayımlanan videolar → Ortalama 101 görüntülenme
- 1 ay önce yayımlanan videolar → Ortalama 48 görüntülenme

Bu bulgular, erişimin zamanla arttığını, dolayısıyla düzenli içerik üretiminin dijital görünürlük açısından kritik olduğunu göstermektedir.

Genel Değerlendirme

Bölümün YouTube kanalında yayınlanan içeriklere ilişkin genel bir değerlendirme yapıldığında, en yüksek erişimin afet lojistiği ve yeşil lojistik konulu videolarda gerçekleştiği görülmektedir. Buna karşılık, teknik nitelikli ya da yakın dönemde yayınlanan içeriklerin erişim düzeyi daha düşüktür. Beğeni sayıları ile görüntülenme sayıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmakta, yüksek izlenme oranına sahip videoların aynı zamanda daha fazla beğeni aldığı gözlemlenmektedir. Yorum oranının düşük olması, etkileşim stratejilerinin güçlendirilmesine ihtiyaç olduğunu

göstermektedir. Ayrıca, videoların yayında kaldıkları süre arttıkça erişim oranlarının belirgin şekilde yükseldiği tespit edilmiştir. Bu durum, düzenli içerik üretiminin dijital görünürlük ve izleyici erişimi açısından önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Elde edilen bulgular doğrultusunda geliştirilen öneriler, içerik stratejisinin güçlendirilmesine yöneliktir. İzleyici katılımını artırmak amacıyla videolarda açık uçlu sorular sorulması, güncel ve uygulama odaklı konulara ağırlık verilmesi, sosyal medya ve e-posta duyurularının etkin şekilde kullanılması önerilmektedir. Ayrıca kısa video formatlarının kullanılması kanal görünürlüğünü artırabilecektir. Düzenli içerik üretimi ve planlı tanıtım stratejileri, erişimi sayısını artırarak Bölümün dijitalde daha görünür olmasını sağlayacaktır.

Sonuç olarak, afet ve yeşil lojistik temalı içeriklerin yüksek performansı, hedef kitlenin güncel ve somut konulara olan ilgisini açıkça ortaya koymaktadır. Yorum ve etkileşim oranlarının artırılması, kanalın yalnızca bilgi aktaran bir mecra olmaktan çıkarak daha katılımcı ve sürdürülebilir bir öğrenme ortamına dönüşmesini sağlayacaktır.