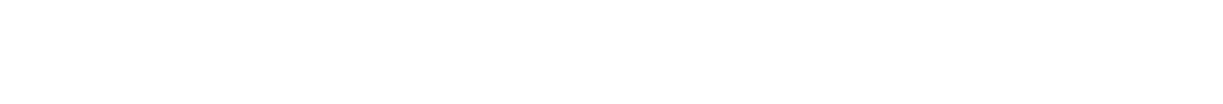
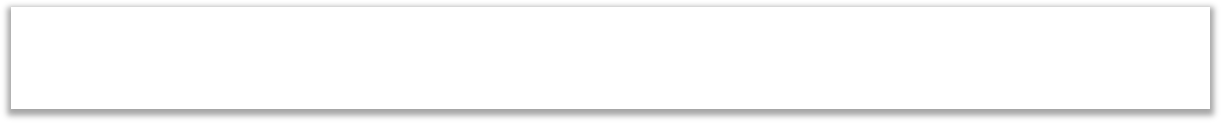


**GAZİ ÜNİVERSİTESİ**

**BASIN VE HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRLÜĞÜ**

**2024-2028 YILI STRATEJİK PLANI**



2024

**İÇİNDEKİLER**

[SUNUŞ 4](#_TOC_250022)

1. BİR BAKIŞTA STRATEJİK PLAN 5
   1. [Misyon 6](#_TOC_250021)
   2. [Vizyon 6](#_TOC_250020)
   3. [Temel Değerler 6](#_TOC_250019)
2. STRATEJİK PLAN HAZIRLIK SÜRECİ 7
3. DURUM ANALİZİ 10
   1. [Birimin Tarihçesi 11](#_TOC_250018)
   2. [Mevzuat Analizi 11](#_TOC_250017)
   3. [Faaliyet Alanları ile Ürün ve Hizmetlerin Belirlenmesi 13](#_TOC_250016)
   4. Paydaş Analizi 15
   5. [Kuruluş İçi Analiz 19](#_TOC_250015)
      1. [Organizasyon Şeması 19](#_TOC_250014)
      2. [İnsan Kaynakları Yetkinlik Analizi 20](#_TOC_250013)
      3. [Kurum Kültürü Analizi 25](#_TOC_250012)
      4. [Fiziki Kaynak Analizi 26](#_TOC_250011)
      5. [Teknoloji ve Bilişim Altyapısı Analizi 26](#_TOC_250010)
      6. [Mali Kaynak Analizi 27](#_TOC_250009)
   6. [GZFT Analizi 27](#_TOC_250008)
4. GELECEĞE BAKIŞ 28
   1. [Misyon 29](#_TOC_250007)
   2. [Vizyon 29](#_TOC_250006)
   3. [Temel Değerler 29](#_TOC_250005)
5. STRATEJİ GELİŞTİRME: AMAÇ, HEDEF VE PERFORMANS GÖSTERGESİ İLE STRATEJİLERİN BELİRLENMESİ 30
   1. [Amaçlar 31](#_TOC_250004)
   2. [Hedefler 31](#_TOC_250003)
   3. [Performans Göstergeleri 33](#_TOC_250002)
   4. [Hedef Riskleri ve Kontrol Faaliyetleri 34](#_TOC_250001)
   5. [Hedef Kartları 41](#_TOC_250000)
6. İZLEME VE DEĞERLENDİRME 43

**ŞEKİLLER DİZİNİ**

Şekil-1: Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü Organizasyon Şeması 19

**TABLOLAR DİZİNİ**

Tablo-1: Birim Stratejik Planlama Ekibi 9

Tablo-2: Mevzuat Analizi Tespit Tablosu 11

Tablo-3: Faaliyet Alanı–Ürün/Hizmet Listesi 13

Tablo-4: 2021 Yılı Etkinlikleri 14

Tablo-5: İç ve Dış Paydaşlar 15

Tablo-6: Paydaş Önceliklendirme Tablosu 16

Tablo-7: Paydaş-Ürün/Hizmet Matrisi 17

Tablo-8: Akademik Personel Sayıları 20

Tablo-9: Akademik Personelin Yaş Durumu 20

Tablo-10: İdari Personel Sayıları 20

Tablo-11: İdari Personelin Eğitim Durumu 21

Tablo-12: İdari Personelin Yaş Durumu 21

Tablo-13: İdari Personelin Hizmet Yılı 21

Tablo-14: Sürekli İşçilerin Sayısı 22

Tablo-15: Sürekli İşçilerin Yaş Durumu 22

Tablo-16: Birimin Çalışma ve Kullanım Alanları 26

Tablo-17: Teknolojik Kaynaklar 26

Tablo-18: GZFT Analiz Tablosu 27

Tablo-19: Temel Performans Göstergeleri Tablosu 33

**HEDEF KARTLARI**

Hedef Kartı-1 41

Hedef Kartı-2 42

# SUNUŞ

Türkiye’nin en köklü yükseköğretim kurumlarından biri olan Gazi Üniversitesi, tarihinden aldığı güçle ulusal değerlerine bağlı, araştırmacı ve uluslararası nitelikli öğrenciler yetiştirmeyi hedefleyen, araştırma üniversitesi olmasının da bilinciyle uluslararası alanda tercih edilen ve yoğun disiplinlerarası programlar sunan, kamu- üniversite-sanayi iş birliklerinde ve bilimsel projelerde öncü olacak bir bilim ve teknoloji merkezi olarak çalışmalarını sürdürmektedir.

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Türkiye’nin lider ve marka üniversitelerinden biri olan Gazi Üniversitesinin dışarıya açılan penceresi konumunda bulunmaktadır. Müdürlük, “Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü Çalışma Usul ve Esaslarına İlişkin Yönerge” kapsamında görev, yetki ve sorumlulukları dâhilinde çalışmalarını dinamik bir görev anlayışıyla titizlikle sürdürmektedir.

Paydaşlarla doğru, etkili ve sürdürülebilir bir iletişim tesis edilebilmesi için iş birliğine ve sosyal sorumluluğa önem veren, kaynakların etkin kullanılmasını önceleyen, şeffaf, hesap verebilir ve etik değerlerden ayrılmayan bir yönetim anlayışını benimsemiştir.

Kamuoyunun bilgilerine saygıyla arz olunur.

## Öğr. Gör. Dr. Erhan AYDOĞDU

**Basın ve Halkla İlişkiler Müdürü**

**1.**

**BİR BAKIŞTA STRATEJİK PLAN**

## Misyon

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün kuruluş amacı doğrultusunda belirlenmiş olan misyonu, Gazi Üniversitesinde meydana gelen ve kamuoyunu ilgilendiren olay ve gelişmeler hakkında toplumu bilgilendirmek, Üniversiteyi ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak, bilimsel gelişmeleri duyurmak, Gazi Üniversitesinin öğrenci ve öğretim üyelerine Üniversitenin işleyişinin, fiziki yapısının, olanaklarının, faaliyetlerinin etkin bir biçimde tanıtımını gerçekleştirmek, program organizasyonlarına ve faaliyetlere destek vermek, basında ve kamuoyunda gelişen olaylarda Gazi Üniversitesinin bakış açısını zamanında ve en doğru şekilde sunmak, basın ve yayın organlarında çıkan ve Gazi Üniversitesini ilgilendiren haberler konusunda Üniversite yönetimini bilgilendirmektir.

## Vizyon

Gazi Üniversinin ülke düzeyinde en çok tercih edilen, uluslararası düzeyde de en çok tanınan üniversiteler arasında olmasını sağlamak amacıyla etkin bir tanıtım programı yapmak, ulusal ve uluslararası platformda; doğru, hızlı, güncel, etkin bilgi akışını sağlamak, hizmet ve eğitim alanlarında yapılan çalışmalar ile gelişen olayları, her türlü iletişim aracını kullanarak dünyada, ülkemizde ve üniversite içerisinde en iyi biçimde, zamanında ve doğru bir biçimde duyurabilmektir.

## Temel Değerler

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü faaliyetlerini sürdürürken;

**Sorgulayıcı ve Yenilikçi:** Dış dünyadaki yenilikleri takip etmeyi, yeni fikir ve farklı görüşlere önem vermeyi,

**İnsana Saygılı:** Milli değerleri sahiplenmeyi merkez almakla birlikte her türlü görüş ve düşüncenin barış ve hoşgörü içinde dile getirilebildiği,

**Topluma Sorumlu:** Üretilen bilgiyi iç ve dış paydaşlar aracılığıyla topluma aktarmayı,

**Etik Değerlere Bağlı:** Güvenilir, uyumlu ve paylaşımcı anlayış ile bilimsel ahlaka önem veren, şeffaf ve akademik değerlere sahip olmayı,

**Liyakat Esaslı:** Başarıyı, yeteneği, çalışmayı ve çabayı yücelten seçim ve değerlendirmelerini, yetkinlikler temelinde ve nesnelliği gözeterek gerçekleştirmeyi,

**Aidiyeti Gelişmiş:** Mensubu olmakla gurur duyulan ve bunun sorumluluğunu taşıyabilen bir kurum olmayı,

**Özgüveni Olan:** Topluma hizmet sorumluluklarının yerine getirilmesinde ve karşılaşılan sorunların çözümünde cesaret ve kararlılıkla hareket etmeyi,

**Tarih ve Kültürüne Bağlı:** Sahip olunan tarihi, kültürel ve milli değerlere karşı duyarlı bir yaklaşımı temel değerler olarak esas alır.

**2.**

**STRATEJİK PLAN HAZIRLIK SÜRECİ**

5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu’nun 9. Maddesi gereğince kamu idareleri; kalkınma planları, programlar, ilgili mevzuat ve benimsedikleri temel ilkeler çerçevesinde geleceğe ilişkin misyon ve vizyonlarını oluşturmak, stratejik amaçlar ve ölçülebilir hedefler saptamak, performanslarını önceden belirlenmiş olan göstergeler doğrultusunda ölçmek ve bu sürecin izleme ve değerlendirmesini yapmak amacıyla katılımcı yöntemlerle stratejik plan hazırlarlar.

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü 2024-2028 Dönemi Stratejik Planı, “5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu”nun 9. Maddesi uyarınca ve “Kamu İdarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” ile Kalkınma Bakanlığı (mülga) tarafından hazırlanan “Üniversiteler İçin Stratejik Planlama Rehberi” doğrultusunda katılımcı bir anlayışla hazırlanmıştır.

Üniversitemiz bünyesinde yürütülen ve 2024-2028 arası dönemi kapsayan stratejik plan hazırlık çalışmaları üç temel aşamadan oluşmaktadır. Bunlar:

* Planın sahiplenilmesi
* Planlama sürecinin organizasyonu
* Hazırlık programının oluşturulmasıdır.

## Planın Sahiplenilmesi

Üniversiteler için Stratejik Planlama Rehberinde yer alan Stratejik Plan Hazırlık Süreci başlığı içerisindeki “Stratejik planlamanın başarısı, üniversitenin tüm çalışanlarının planı sahiplenmesiyle mümkündür. Stratejik planlama, üniversite içerisinde belirli bir birimin ya da kişinin sorumluluğu olarak görülmemelidir” ifadesi doğrultusunda Üniversitemiz Genel Sekreterliğine bağlı bir hizmet birimi olan Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğüne ilişkin stratejik planın hazırlanması ve birim bünyesinde yürütülen çalışmaların bu plan kapsamında yönetilmesi birim yetkilisinin temel sorumluluğudur.

## Planlama Sürecinin Organizasyonu

Stratejik planlama, katılımcı bir planlama yaklaşımıdır. Birim içerisinde birim yetkilisinin yanı sıra tüm çalışanların katılımını gerektirir. Stratejik planlama sürecinde oluşturulan ekip birimimizi temsil edebilecek, çalışmalara katkıda bulunabilecek bilgi, birikim ve tecrübeye sahip, uyumlu çalışabilecek nitelikteki personellerden oluşmaktadır.

## Hazırlık Programı

Birim Stratejik Planlama Ekibi, birim yetkilisinin başkanlığında 3 üyeden ve bir sekreterya personelinden oluşmaktadır. Ekip; stratejik planın hazırlanmasından, bu süreçte yapılacak çalışmaların stratejik planda belirtilen amaç ve hedeflere uygun olarak yürütülmesinden, gerekli faaliyetlerin ve işlemlerin koordine edilmesinden ve rapora ilişkin gerekli belgelerin hazırlanmasından sorumludur. Birim Stratejik Planlama Ekibine ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-1: Birim Stratejik Planlama Ekibi***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Adı-Soyadı** | **Unvanı** | **Görevi** | **E-posta** | **Telefon** |
| Erhan AYDOĞDU | Basın ve Halkla İlişkiler Müdürü | Başkan | [erhan@gazi.edu.tr](mailto:erhan@gazi.edu.tr) | 202 26 00 |
| Alper ÇETİNTAŞ | Öğretim Görevlisi | Üye | [alper@gazi.edu.tr](mailto:alper@gazi.edu.tr) | 202 26 43 |
| Evşen ÖZDEMİR | Şef | Üye | [evsen.ozdemir@gazi.edu.tr](mailto:evsen.ozdemir@gazi.edu.tr) | 202 26 10 |
| Hilal ARIN | Memur | Sekreterya | [hilal.arin@gazi.edu.tr](mailto:hilal.arin@gazi.edu.tr) | 202 26 00 |

**3.**

**DURUM ANALİZİ**

## Birimin Tarihçesi

Üniversite Senatosunun 17 Şubat 1994 tarihli toplantısında kabul edilen “Gazi Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Bürosu Kuruluş Yetki ve Görevleri Yönergesi” ile faaliyete geçen büromuzun görevi; Üniversite Rektörlüğü ile Üniversiteye bağlı fakülte, yüksekokul, meslek yüksekokulu ve enstitüler ile kamu ve özel kuruluşlar, diğer üniversiteler ve basın kuruluşları arasındaki ilişkileri düzenlemek olarak belirtilmiştir.

Özgün ve dinamik yapısının gerektirdiği duyarlılıkla çalışmalarına yön veren Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, sahip olduğu insan kaynağı ve modern donanımıyla kurum imajının güçlendirilmesi; kurumlarla olan ilişkilerin yerel, ulusal ve uluslararası boyutlarda sağlıklı bir zeminde sürdürülmesi; basın kuruluşları ile etkili ve olumlu ilişkiler geliştirilerek Üniversite ile kamuoyu arasında sağlam bir köprü kurulması bakımından ana yükümlülükler üstlenmiştir.

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Üniversitenin 15.01.2021 tarihli ve 01 nolu Senato Toplantısında alınan karar doğrultusunda kabul edilen “Gazi Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü Çalışma Usul ve Esaslarına İlişkin Yönerge” kapsamında faaliyetlerine devam etmektedir. Gazi Üniversitesinin dışarıya açılan penceresi konumunda bulunan Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, kendi çalışma altyapısı ve sorumlu olduğu alanlar dâhilinde dinamik görev anlayışıyla çalışmalarını titizlikle sürdürmektedir.

## Mevzuat Analizi

Müdürlüğün faaliyetlerini yürütürken tabi olduğu mevzuat listesi ve mevzuat hükümlerine ilişkin açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-2: Mevzuat Analizi Tespit Tablosu***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **YASAL YÜKÜMLÜLÜK** | **DAYANAK** | **TESPITLER** | **İHTIYAÇLAR** |
| Gazi Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün (BHİM) faaliyet alanlarını, yönetim organlarını, çalışma usul ve  esaslarına ilişkin hükümlerini kapsamaktadır. | 2547 sayılı Yükseköğretim Kanununa dayanılarak hazırlanan Gazi Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü Çalışma Usul ve Esaslarına İlişkin Yönerge | Birim bünyesinde yürütülen çalışmalarda yönergede yer verilen yasal yükümlülükler ve çalışma ilkeleri yerine getirilmektedir. | Birim bünyesinde tanıtım ve yazı işleri ile video kurgu alanlarında yetişmiş personel ihtiyacı bulunmaktadır. |

***Tablo-2 Devamı***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **YASAL YÜKÜMLÜLÜK** | **DAYANAK** | **TESPİTLER** | **İHTİYAÇLAR** |
| Resmî yazışmalara ilişkin yetki ve sorumlulukları belirlemek, yetki devirlerine ait ilkeleri belirlemek, el yazısıyla atılan imza ile fiziksel ortamda veya güvenli elektronik imza kullanılarak elektronik ortamda yapılan resmî yazışmalara ilişkin kuralları belirlemek ve bilgi, belge veya doküman alışverişinin hızlı ve güvenli bir biçimde yürütülmesini sağlamaktır. | Resmî Yazışmalarda Uygulanacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik | Kurum içi ve kurum dışı tüm resmi yazışmalarda ilgili yönetmelikte belirlenen kurallara dikkat  edilmektedir. Ayrıca Gazi Üniversitesi Yazışma Usul ve Esasları ile İmza Yetkileri ve Yetki Devri Yönergesi kapsamında yazışmalara ilişkin sorumluluklar ve  işlemler yerine getirilmektedir. |  |
| Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü idari teşkilatlanması | 124 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 27.  Maddesi | BHİM’nin idari teşkilatlanmasına ilişkin Üniversite Senatosu tarafından onaylanmış organizasyon şeması bulunmaktadır. |  |
| Öğrencilere kısmi zamanlı olarak çalışma imkânı sağlamak. | 2547 sayılı Yükseköğretim Kanununun 46.  Maddesi | Birim bünyesinde yürütülen faaliyetlerde kısmi zamanlı çalışan öğrenciler alanlarına ve yeteneklerine göre işlerde  çalıştırılmaktadır. |  |
| Birim bünyesinde kullanılan taşınır malların kaydı, muhafazası, kullanımı, yönetim hesabının verilmesi, taşınırların bedelsiz devri ve tahsisi gibi işlemleri kapsamaktadır. | 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile Taşınır Mal Yönetmeliği | İlgili kanun ve yönetmelik kapsamında birim taşınır kayıt hareketlerine ilişkin işlemler  gerçekleştirilmektedir. |  |

## Faaliyet Alanları ile Ürün ve Hizmetlerin Belirlenmesi

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün faaliyet alanları ile ürün/hizmet listesi aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-3: Faaliyet Alanı – Ürün/Hizmet Listesi***

|  |  |
| --- | --- |
| **FAALİYET ALANI** | **ÜRÜN/HİZMETLER** |
| HABER  ve WEB SİTESİ | * Haber metni hazırlamak * Üniversitenin web sitesinde haber yayınlamak * Basın duyurusu hazırlamak * Gazi Haber dergisini hazırlamak * Web sitesinde duyuru, haber ve etkinlik yayınlamak |
| SOSYAL MEDYA | * Üniversitenin resmi sosyal medya hesaplarını yönetmek * Sosyal medya hesaplarında içerik üretmek ve paylaşımda bulunmak |
| ORGANİZASYON PROTOKOL | * Programları organize etmek * Protokol ve program akışını düzenlemek * Salon tahsisi yapmak |
| TANITIM | * Tanıtım faaliyetleri düzenlemek * Talepte bulunan kurumlara tanıtıcı materyal göndermek * Kampüs gezisi taleplerini karşılamak |
| GRAFİK-TASARIM | * Görsel tasarlamak * Tanıtıcı materyallerin tasarımını yapmak * Gazi Haber dergisinin tasarımını yapmak |
| TEKNİK İŞLER | * Fotoğraf/video çekimi yapmak * Mimar Kemaleddin Salonunun teknik işlemlerini yapmak |

Mevzuat analizi çıktıları ile Üniversitemizin sorumlu olduğu program ve alt programlar dikkate alınarak belirlenen temel ürün ve hizmetler belirli faaliyet alanları altında toplulaştırılmıştır. Üniversitemizin belirlediği faaliyet alanları eğitim, araştırma ve geliştirme, girişimcilik ve toplumsal katkı olmak üzere dört başlık altında toplanmıştır. “Araştırma ve Geliştirme” başlığı altında yer alan bilimsel etkinlikler ile “Toplumsal Katkı” başlığında yer alan ürün ve hizmetler kapsamında Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün 2023 yılında organizasyonuna (haber, fotoğraf-video çekimi, tasarım, sosyal medya, salon tahsisi vs.) katkıda bulunduğu etkinlikler aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-4: 2021 Yılı Etkinlikleri***

|  |  |
| --- | --- |
| **ETKİNLİK TÜRÜ** | **ETKİNLİK SAYISI** |
| Eğitim/kurs | 90 |
| Çalıştay | 9 |
| Eğitim | 12 |
| Farkındalık/Özel Gün Etkinliği/Belge takdimi | 13 |
| Konferans | 48 |
| Konser | 12 |
| Kongre | 9 |
| Mezuniyet | 12 |
| Panel | 8 |
| Seminer | 91 |
| Sempozyum | 5 |
| Söyleşi | 6 |
| Sergi | 2 |
| Sosyal Sorumluluk Etkinliği | 13 |
| Sosyal/Sportif Faaliyet | 4 |
| Şölen | 6 |
| Toplantı | 17 |
| Tören/Ödül Töreni | 30 |
| Zirve | 3 |
| Yarışma | 7 |
| Diğer | 36 |
| **Toplam** | **433** |

## Paydaş Analizi Paydaşların Tespiti

Paydaşlar; üniversitenin ürün ve hizmetleriyle ilgisi olan üniversiteden doğrudan, dolaylı, olumlu ya da olumsuz yönde etkilenen ve üniversiteyi etkileyen kişi, grup veya kurumlardır. Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, bünyesinde yürüttüğü çalışmalar doğrultusunda kurum ve paydaşları arasında sürdürülebilir etkili iletişim süreçleri tesis ettiğinden kurumla doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkisi olan her kişi ve kurum faaliyetinden etkilenmektedir. Bu nedenle Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün iç ve dış paydaşları arasında yer alan kurumlar ve kişiler aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-5: İç ve Dış Paydaşlar***

|  |  |
| --- | --- |
| **İÇ PAYDAŞLAR** | **DIŞ PAYDAŞLAR** |
| Öğrenciler | Ankara Valiliği |
| Üniversite Birimleri | Anadolu Ajansı |
| Akademik Personel | Bakanlıklar |
| İdari Personel | Basın ve Yayın Kuruluşları |
|  | Büyükelçilikler |
|  | Cumhurbaşkanlığı |
|  | İhlas Haber Ajansı (İHA) |
|  | İnterpress Medya Takip Merkezi |
|  | Kamu Kurumları |
|  | Mezunlar |
|  | Öğrenci Adayları |
|  | Özel Sektör Kuruluşları |
|  | Sendikalar |
|  | Sivil Toplum Kuruluşları |
|  | Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) |
|  | Tedarikçiler |
|  | Ulusal Ajanslar |
|  | Üniversiteler |
|  | Yükseköğretim Kurulu (YÖK) |

## Paydaşların Önceliklendirilmesi

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün iç ve dış paydaşlarının etki ve önem derecesine göre paydaş önceliklendirme tablosu aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-6: Paydaş Önceliklendirme Tablosu***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **PAYDAŞ ADI** | **İÇ PAYDAŞ (İP)**  **DIŞ PAYDAŞ (DP)** | **ÖNEM DERECESİ** | **ETKİ DERECESİ** | **ÖNCELİĞİ** |
| Akademik Personel | İP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| İdari Personel | İP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Öğrenciler | İP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Üniversite Birimleri | İP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Ankara Valiliği | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Anadolu Ajansı | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Bakanlıklar | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Basın ve Yayın Kuruluşları | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Büyükelçilikler | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Cumhurbaşkanlığı | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Gazi Üniversitesi Mezunları | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| İhlas Haber Ajansı (İHA) | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Kamu Kurumları | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Öğrenci Adayları | DP | Yüksek | Zayıf | Çıkarlarını  Gözet |
| Özel Sektör Kuruluşları | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Sendikalar | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Sivil Toplum Kuruluşları | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Türkiye Radyo Televizyon Kurumu | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Tedarikçiler | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **PAYDAŞ ADI** | **İÇ PAYDAŞ (İP)**  **DIŞ PAYDAŞ (DP)** | **ÖNEM DERECESI** | **ETKI DERECESI** | **ÖNCELIĞI** |
| Ulusal Ajanslar | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Üniversiteler | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |
| Yükseköğretim Kurulu (YÖK) | DP | Yüksek | Güçlü | Birlikte Çalış |

## Paydaşların Değerlendirilmesi

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün önceliklendirilen paydaşlarına ilişkin paydaş- ürün/hizmet matrisi aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-7: Paydaş-Ürün/Hizmet Matrisi***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PAYDAŞLAR** | Web sitesinde duyuru, haber ve etkinlik yayınlama | Basın duyuruları | Gazi Haber Dergisi | Sosyal medya paylaşımları | Program organizasyonu | Tanıtım faaliyetleri | Fotoğraf video çekimleri |
| Akademik Personel | x |  | x | x | x | x | x |
| İdari Personel | x |  | x | x | x | x | x |
| Öğrenciler | x |  | x | x | x | x | x |
| Üniversite Birimleri | x |  | x | x | x | x | x |
| Ankara Valiliği |  |  |  | x | x |  |  |
| Anadolu Ajansı |  | x |  | x | x |  | x |
| Bakanlıklar |  |  |  | x | x |  |  |
| Basın ve Yayın Kuruluşları |  | x |  | x | x |  | x |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PAYDAŞLAR** | Web sitesinde duyuru, haber ve etkinlik yayınlama | Basın duyuruları | Gazi Haber Dergisi | Sosyal medya paylaşımları | Program organizasyonu | Tanıtım faaliyetleri | Fotoğraf video çekimleri |
| Büyükelçilikler |  |  |  | x | x |  |  |
| Cumhurbaşkanlığı |  |  |  | x | x |  |  |
| Gazi Üniversitesi Mezunları |  |  |  | x | x |  |  |
| İhlas Haber Ajansı (İHA) |  | x |  | x | x |  | x |
| Kamu Kurumları |  |  |  | x | x | x |  |
| Öğrenci Adayları |  |  |  | x |  | x |  |
| Özel Sektör Kuruluşları |  |  |  | x | x |  |  |
| Sendikalar |  |  |  | x | x |  |  |
| Sivil Toplum Kuruluşları |  |  |  | x | x |  |  |
| Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) |  | x |  | x | x |  | x |
| Ulusal Ajanslar |  | x |  | x | x |  | x |
| Üniversiteler |  |  |  | x | x |  |  |
| Yükseköğretim Kurulu (YÖK) |  |  |  | x | x |  |  |

## Kuruluş İçi Analiz

## Organizasyon Şeması

***Şekil-1: Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü Organizasyon Şeması***



## İnsan Kaynakları Yetkinlik Analizi

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünde 2023 yılında 2 akademik, 7 idari ve 2 sürekli işçi olmak üzere toplam 11 personel görev yapmıştır. Müdürlüğün 2020-2023 dönemine ilişkin personel sayısı, eğitim, yaş durumu ve hizmet yılı bilgilerini gösteren tablolar aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-8: Akademik Personel Sayıları***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **UNVAN** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** |
| Öğretim Görevlisi | 4 | 3 | 2 | 2 |
| **Toplam** | **4** | **3** | **2** | **2** |

***Tablo-9: Akademik Personelin Yaş Durumu***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **YILLAR** | **21-25** | **26-30** | **31-35** | **36-40** | **41-50** | **51 ve üzeri** | **Toplam** |
| **2020** |  |  |  | 3 | 1 |  | 4 |
| **2021** |  |  |  | 2 | 1 |  | 3 |
| **2022** |  |  |  | 2 |  |  | 2 |
| **2023** |  |  |  |  | 2 |  | 2 |

***Tablo-10: İdari Personel Sayıları***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **PERSONEL TÜRÜ** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** |
| Kadrolu İdari Personel | 10 | 11 | 11 | 7 |
| **Toplam** | **10** | **11** | **11** | **7** |

***Tablo-11: İdari Personelin Eğitim Durumu***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **YILLAR** | **Lise** | **Ön Lisans** | **Lisans** | **Lisansüstü** | **Toplam** |
| **2020** | 2 | 1 | 6 | 1 | 10 |
| **2021** | 1 | 1 | 8 | 1 | 11 |
| **2022** |  | 1 | 9 | 1 | 11 |
| **2023** |  | 1 | 5 | 1 | 7 |

***Tablo-12: İdari Personelin Yaş Durumu***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **YILLAR** | **21-25** | **26-30** | **31-35** | **36-40** | **41-50** | **51 ve üzeri** | **Toplam** |
| **2020** |  |  | 1 | 3 | 4 | 2 | 10 |
| **2021** |  | 1 | 1 | 3 | 5 | 1 | 11 |
| **2022** |  | 1 | 1 | 3 | 5 | 1 | 11 |
| **2023** |  | 2 | 1 | 3 |  | 1 | 7 |

***Tablo-13: İdari Personelin Hizmet Yılı***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **YILLAR** | **1-3** | **4-6** | **7-10** | **11-15** | **16-20** | **21 ve üzeri** | **Toplam** |
| **2020** |  | 2 | 3 | 2 |  | 3 | 10 |
| **2021** | 1 |  | 5 | 3 | 1 | 1 | 11 |
| **2022** | 1 |  | 4 | 3 | 1 | 1 | 11 |
| **2023** | 3 |  |  | 3 |  | 1 | 7 |

***Tablo-14: Sürekli İşçilerin Sayısı***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **PERSONEL TÜRÜ** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** |
| Sürekli İşçi | 3 | 3 | 2 | 2 |
| **Toplam** | **3** | **3** | **2** | **2** |

***Tablo-15: Sürekli İşçilerin Yaş Durumu***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **YILLAR** | **21-25** | **26-30** | **31-35** | **36-40** | **41-50** | **51 ve üzeri** | **Toplam** |
| **2020** |  |  | 1 | 2 |  |  | 3 |
| **2021** |  |  | 1 | 2 |  |  | 3 |
| **2022** |  |  |  | 2 |  |  | 2 |
| **2023** |  |  |  | 2 |  |  | 2 |

## Müdürlüğün Görev, Yetki ve Sorumlulukları

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Üniversitemiz 15.01.2021 tarihli ve 01 nolu Senato Toplantısında alınan karar doğrultusunda kabul edilen “Gazi Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü Çalışma Usul ve Esaslarına İlişkin Yönerge” kapsamında faaliyetlerine devam etmektedir. Müdürlük bünyesinde yer alan alt birimler şunlardır:

* Haber Hizmetleri Birimi
* Tanıtım ve Protokol Hizmetleri Birimi
* Halkla İlişkiler Birimi
* Destek Hizmetleri Birimi

## Müdürlük

Görev, Yetki ve Sorumlulukları şunlardır:

* Müdürlüğü temsil etmek,
* Üniversitenin akademik niteliği, eğitim-öğretim ve sosyal imkânlarının kamuoyuna etkin bir şekilde duyurulmasını sağlamak,
* Üniversite ile basın kuruluşları arasında iletişim koordinasyonunu sağlamak,
* Müdürlükte görev yapan personellerin iş tanımlarını ve sorumluluk alanlarını belirlemek,
* Müdürlüğü oluşturan alt birimler arasında iş birliği, uyum ve koordinasyonu sağlamak,
* Müdürlüğün hizmet kalitesini ve çalışma performansını artırmak,
* Rektörün katılacağı etkinlikleri ve ziyaret programlarını takip etmek,
* Üniversite bünyesinde düzenlenen etkinlikleri takip etmek,
* Üniversitenin resmi sosyal medya hesaplarını ve web sitesini takip etmek,
* Rektörün basın ve halkla İlişkiler alanına yönelik vermiş olduğu diğer görevleri ve talimatları yerine getirmek.

## Haber Hizmetleri Birimi

Görev, Yetki ve Sorumlulukları şunlardır:

* Üniversite bünyesinde düzenlenen her türlü etkinliği takip etmek, haber haline getirilmesini sağlamak, web sitesinde yayınlamak,
* Rektörün katılacağı etkinlik ve ziyaretlerin takibini yapmak, haber metinlerini hazırlamak, web sitesinde yayınlamak,
* Haber arşivini düzenlemek,
* Gazi Haber Dergisinde yer alacak haber metinlerini düzenlemek ve gerekli diğer çalışmaları kontrol etmek,
* Üniversite web sitesinde haber, etkinlik ve duyuru yayınlamak,
* Üniversite ve Rektör ile ilgili önemli etkinliklere ilişkin basın duyuruları hazırlamak ve ilgili kuruluşlara servis etmek,
* Gazi İçerik Yönetim Sistemini kullanarak admin olarak yetkili olunan sayfalarda güncellemeler yapmak.

## Tanıtım ve Protokol Hizmetleri Birimi

Görev, Yetki ve Sorumlulukları şunlardır:

* Tüm eğitim kurumlarında (lise ve dershaneler başta olmak üzere) öğrenim gören üniversite adaylarına yönelik tanıtım faaliyetleri gerçekleştirmek,
* Resmi yazışmayla gelen talepler üzerine Üniversite yönetiminin bilgisi ve oluru dahilinde fuar ve mesleki tanıtım kariyer günlerine katılım sağlamak, gerekli görüşme ve yazışma işlemlerini gerçekleştirmek,
* Şehir içi ve şehir dışından talepte bulunan lise ve dershaneler ile özel kişilere üniversiteyi tanıtıcı materyallerin gönderilmesini sağlamak,
* Üniversite bünyesinde düzenlenen açılış ve mezuniyet törenleri ile konferans, panel, seminer, sempozyum, toplantı, konser, şölen gibi etkinlikleri organize etmek ve bu etkinlikleri düzenleyen ilgili birimlerle koordinasyonu sağlamak,
* Rektörlük Mimar Kemaleddin Salonunda yapılacak olan programları organize etmek, protokolü ve program akışını düzenlemek,
* Tanıtım ve Protokol Komisyonunun iş ve işleyişini düzenlemek ve yürütmek,
* Üniversitenin akademik ve idari birimlerinin düzenleyeceği etkinlikler için salon tahsisleri yapmak, gerekli yazışma işlemlerini gerçekleştirmek,
* Kurum dışından resmi yazıyla gelen talepler üzerine yapılacak etkinlikler için salon tahsisleri yapmak, gerekli yazışma işlemlerini gerçekleştirmek,
* Üniversiteye ait resmi sosyal medya hesaplarını (facebook, instagram, twitter, youtube) takip etmek, paylaşımda bulunmak, olumsuz herhangi bir durumda birim amirini ve ilgili yöneticileri bilgilendirmek.

## Halkla İlişkiler Birimi

Görev, Yetki ve Sorumlulukları şunlardır:

* Müdürlüğün idari sekreterya işlerini gerekli düzen içerisinde yürütmek,
* Müdürün resmi, özel görüşme ve kabullerine ait hizmetlerini yürütmek,
* Müdürün yazılı ve sözlü direktiflerinin ilgili kişi ve birimlere iletilmesini sağlamak,
* Elektronik Belge Yönetim Sistemini (EBYS) kullanmak,
* Müdürün resmi, özel ve gizlilik taşıyan yazışma işlemlerini yürütmek,
* Müdürlük bünyesinde yapılan/yapılacak iş ve işlemlerle ilgili olarak Müdürü bilgilendirmek,
* EBYS üzerinden ya da e-posta, faks yoluyla gelen-giden her türlü evrak ve dokümanları mevzuata uygun olarak incelemek, ilgili personele sevk etmek, cevaplandırmak, imzaya sunmak, dağıtıma hazırlamak, dosyalamak,
* Müdürlük bünyesinde kısmi zamanlı olarak çalışan öğrencilerin evraklarını düzenlemek, gerekli resmi yazışma işlemlerini gerçekleştirmek.

## Destek Hizmetleri Birimi

Görev, Yetki ve Sorumlulukları şunlardır:

* Üniversite bünyesinde düzenlenen etkinliklerle ilgili afiş, broşür, davetiye kartı vb. işlerin tasarımını ve baskısını yapmak,
* Resmi/özel günler (bayramlar, belirli gün ve haftalar, akademik açılışlar, yeni yıl kutlaması vs.) ile çeşitli etkinliklere ilişkin görseller hazırlamak,
* Rektörün katılacağı programlarda kullanılmak üzere konuşma kartları hazırlamak ve çıktısını almak,
* Üniversite tanıtım programlarında kullanılmak üzere tanıtım kataloğu, broşür, kitapçık, dergi gibi basılı materyallerin tasarımlarını yapmak,
* Üniversitenin akademik ve idari birimlerinin resmi yazıyla talep ettikleri katılım belgesi ve sertifikaların tasarım-baskı işlemlerini yapmak,
* Üniversitede düzenlenecek etkinliklerde ve Rektörün ziyaret programlarında fotoğraf-video çekimleri yapmak,
* Etkinliklere yönelik çekilen fotoğraf ve videoları bilgisayar ortamında arşivlemek,
* Resmi/özel günler ile çeşitli etkinliklere ilişkin görselleri led ekranlarda (totem) yayınlamak,
* Rektörlük Mimar Kemaleddin Salonunda yapılacak olan programların teknik işlemlerini (ses, ışık, görüntü, internet bağlantısı vs.) gerçekleştirmek,
* Müdürlük bünyesinde kullanılmak üzere gerekli olan taşınır ve tüketim malzemelerini temin etmek,
* Taşınır kayıt hareketlerine ilişkin gerekli işlemleri Kamu Harcama ve Muhasebe Bilişim Sistemi (KBS) üzerinden gerçekleştirmek,
* Müdürlüğe ait depoda bulunan malzemelerin giriş-çıkış işlemlerini yapmak,
* Müdürlük personelinin kullanmış olduğu tüketim ve taşınır malzemelerini kayıt altına almak, zimmet işlemlerini gerçekleştirmek,
* Müdürlük bünyesinde yürütülen ve üniversite tanıtım faaliyetlerinde kullanılan promosyon malzemelerini temin etmek, kayıt altına almak, talepte bulunanlara dağıtım yapmak.

## Kurum Kültürü Analizi

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünde görev yapan personeller, birim bünyesinde sunulan ürün ve hizmetlere yönelik işlemlerde katılım, iş birliği, bilginin yayılımı, öğrenme, kurum içi iletişim, paydaşlarla ilişkiler, değişime açıklık gibi hususları dikkate almaktadır.

Stratejik yönetim anlayışı doğrultusunda çalışanlar karar alma süreçlerinde etkin olarak rol almaktadır. Çalışanlar, yöneticileriyle bilgi paylaşımına ve iş birliğine açıktır. Çalışanlar gerek kendi alanları gerekse de diğer alanlarda hizmet veren personellerle takım çalışması yürütebilmektedir. Herhangi bir hizmet ya da işle ilgili bilgi, çalışanlara ve ilgili birimlere zamanında iletilmektedir. Hizmet sunumunda ve karar alma süreçlerinde ilgili paydaşlar sürece dâhil edilmekte olup gerektiğinde ilgili paydaşların görüş ve önerilerine başvurulmaktadır. Dış paydaşlarla ilişkiler konusunda da iletişime açıklık esastır. Dış çevrede meydana gelen değişiklikler takip edilmekte olup yeni fikirlere ve farklı görüşlere önem verilmektedir. Bu hususlar kapsamında bakıldığında Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü tüm çalışanlarıyla kolektif bir anlayış sergilemektedir.

## Fiziki Kaynak Analizi

Müdürlüğün faaliyetlerini yerine getirebilmesi için gereksinim duyduğu fiziki kaynaklar aşağıda belirtilmektedir.

***Tablo-16: Birimin Çalışma ve Kullanım Alanları***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Çalışma ve Kullanım Alanı** | **Sayısı**  **(Adet)** | **Alanı**  **(m2)** | **Kullanan Sayısı** |
| Çalışma Odası | 5 | 20 m2  20 m2  20 m2  25 m2  65 m2 | 11 |
| Ambar Alanı | 1 | 30 m2 |  |
| Mutfak | 1 | 10 m2 | Ortak kullanım alanı |
| **Toplam** | **7** | **190 m2** | **11** |

## Teknoloji ve Bilişim Altyapısı Analizi

Müdürlük bünyesinde kullanılan teknolojik kaynaklar aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-17: Teknolojik Kaynaklar***

|  |  |
| --- | --- |
| **Cinsi** | **İdari Amaçlı**  **(Adet)** |
| Masa üstü bilgisayar | 16 |
| Projeksiyon | 1 |
| Yazıcı | 8 |
| Slayt makinesi | 3 |
| Fotokopi makinesi | 3 |
| Fotoğraf makinesi | 3 |
| Kamera | 3(1’i ufak el kamerası) |
| Tepegöz | 1 |
| Televizyon | 1 |
| Tarayıcı | 1 |
| Dron | 1 |

## Mali Kaynak Analizi

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Üniversitemiz Genel Sekreterliğine bağlı bir hizmet birimi olduğundan herhangi bir harcama bütçesi mevcut değildir.

## GZFT Analizi

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya olduğu fırsatları ve tehditleri analiz etmeye, geleceğe dönük stratejiler geliştirmeye yardımcı olan GZFT Analiz Tablosu aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-18: GZFT Analiz Tablosu***

|  |  |
| --- | --- |
| **GÜÇLÜ YÖNLER** | **ZAYIF YÖNLER** |
| * Kurumun tarihçesi * Kurum imajı * Zamana karşı çalışabilme/hızlı ve etkin olabilme * Toplumun her kesimine hizmet etmeyi amaçlayan üniversite yaklaşımının benimsenmesi | * Maddi kaynaklar * Teknik ekipman yetersizliği * Nicelik bakımından personel yetersizliği * Uluslararası alandaki tanıtım faaliyetlerinin azlığı |
| **FIRSATLAR** | **TEHDİTLER** |
| * Kurum imajı ve tarihi * Sosyal, kültürel ve teknolojik gelişmeler * Kurum ve kuruluşlarla yapılan iş birlikleri * Basın yayın kuruluşlarıyla ilişkilerin güçlendirilmesi * Sosyal medya imkânları * Kısmi zamanlı çalışan öğrencilerin birim faaliyetlerine katkıda bulunması * İşlem uygunluk/onay sürecinin hızlı işlemesi | * Sosyal medya mecralarında yapılan uygunsuz paylaşım ve yorumlar * Basın yayın organlarında çıkan asılsız haberler * Kurum dışından temin edilen/satın alınan hizmetlerde yaşanan aksaklıklar |

**4.**

**GELECEĞE BAKIŞ**

## Misyon

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün kuruluş amacı doğrultusunda belirlenmiş olan misyonu, Gazi Üniversitesinde meydana gelen ve kamuoyunu ilgilendiren olay ve gelişmeler hakkında toplumu bilgilendirmek, Üniversiteyi ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak, bilimsel gelişmeleri duyurmak, Gazi Üniversitesinin öğrenci ve öğretim üyelerine Üniversitenin işleyişinin, fiziki yapısının, olanaklarının, faaliyetlerinin etkin bir biçimde tanıtımını gerçekleştirmek, program organizasyonlarına ve faaliyetlere destek vermek, basında ve kamuoyunda gelişen olaylarda Gazi Üniversitesinin bakış açısını zamanında ve en doğru şekilde sunmak, basın ve yayın organlarında çıkan ve Gazi Üniversitesini ilgilendiren haberler konusunda Üniversite yönetimini bilgilendirmektir.

## Vizyon

Gazi Üniversinin ülke düzeyinde en çok tercih edilen, uluslararası düzeyde de en çok tanınan üniversiteler arasında olmasını sağlamak amacıyla etkin bir tanıtım programı yapmak, ulusal ve uluslararası platformda; doğru, hızlı, güncel, etkin bilgi akışını sağlamak, hizmet ve eğitim alanlarında yapılan çalışmalar ile gelişen olayları, her türlü iletişim aracını kullanarak dünyada, ülkemizde ve üniversite içerisinde en iyi biçimde, zamanında ve doğru bir biçimde duyurabilmektir.

## Temel Değerler

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü faaliyetlerini sürdürürken;

**Sorgulayıcı ve Yenilikçi:** Dış dünyadaki yenilikleri takip etmeyi, yeni fikir ve farklı görüşlere önem vermeyi,

**İnsana Saygılı:** Milli değerleri sahiplenmeyi merkez almakla birlikte her türlü görüş ve düşüncenin barış ve hoşgörü içinde dile getirilebildiği,

**Topluma Sorumlu:** Üretilen bilgiyi iç ve dış paydaşlar aracılığıyla topluma aktarmayı,

**Etik Değerlere Bağlı:** Güvenilir, uyumlu ve paylaşımcı anlayış ile bilimsel ahlaka önem veren, şeffaf ve akademik değerlere sahip olmayı,

**Liyakat Esaslı:** Başarıyı, yeteneği, çalışmayı ve çabayı yücelten seçim ve değerlendirmelerini, yetkinlikler temelinde ve nesnelliği gözeterek gerçekleştirmeyi,

**Aidiyeti Gelişmiş:** Mensubu olmakla gurur duyulan ve bunun sorumluluğunu taşıyabilen bir kurum olmayı,

**Özgüveni Olan:** Topluma hizmet sorumluluklarının yerine getirilmesinde ve karşılaşılan sorunların çözümünde cesaret ve kararlılıkla hareket etmeyi,

**Tarih ve Kültürüne Bağlı:** Sahip olunan tarihi, kültürel ve milli değerlere karşı duyarlı bir yaklaşımı temel değerler olarak esas alır.

**5.**

**STRATEJİ GELİŞTİRME: AMAÇ, HEDEF VE PERFORMANS GÖSTERGESİ İLE STRATEJİLERİN**

**BELİRLENMESİ**

## Amaçlar

Gazi Üniversitesinin sahip olduğu değerler ve bilimsel ilkeler doğrultusunda;

* + - Yenilikçi, gelişmelere açık, hızlı ve etkin bir basın ve halkla ilişkiler birimi olabilmek,
    - Üniversitenin kurumsal itibarını güçlendirecek çalışmalarda bulunmak,
    - Kurum imajını ulusal ve uluslararası alanlarda etkileyecek tanıtım faaliyetlerinde bulunmak,
    - Üniversite ile basın kuruluşları arasındaki iletişim koordinasyonunu sağlamak,
    - Üniversitenin akademik-bilimsel niteliğinin, eğitim-öğretim ve sosyal imkânlarının sosyal medya hesaplarında kamuoyuna etkin bir şekilde duyurulmasını sağlamak,
    - Tüm bu faaliyetlerin hedef kitlenin ihtiyaçlarını karşılayacak oranda etkin bir şekilde sürdürülmesini sağlamaktır.

## Hedefler

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, 2024-2028 Dönemi Stratejik Plan çalışmaları kapsamındaki amaçları doğrultusunda 2024 yılındaki hedeflerini belirlemiştir. Bunlar:

## Fiziksel ortamda veya online (çevrim içi) olarak düzenlenecek üniversite tanıtım faaliyetlerine (kariyer günleri, fuarlar, mesleki tanıtım günleri vb.) katılım sağlamak.

* 1. Akademik yıl içerisinde online (çevrim içi) veya fiziki ortamda gerçekleştirilecek üniversite tanıtım faaliyetleri sayısının en az %5 oranında artırılması.

## Üniversiteyi ziyarete gelen aday öğrencilere üniversiteyi tanıtmak ve tüm imkânlarını yerinde görmelerini sağlamak.

* 1. Akademik yıl içerisinde normal şartlar altında üniversitemizi ziyarete gelen aday öğrenci sayısının en az %5 oranında artırılması.
  2. Akademik yıl içerisinde normal şartlar altında üniversitemizi ziyarete gelen okul sayısının en az %5 oranında artırılması.

**2.2.** Takvim yılı içerisinde üniversite sınavı öncesinde ve tercih dönemi içerisinde her bir fakültemiz için en az bir tanıtım videosunun sosyal medya hesapları üzerinden paylaşılması.

## Sosyal medya hesaplarının takipçi sayısını ve etkileşimini artırmak, etkili içerik üretimini ve yönetimini sağlamak.

* 1. Takvim yılı içerisinde Üniversitenin resmi Facebook hesabının en az 28.000 takipçiye sahip olması.
  2. Takvim yılı içerisinde Üniversitenin resmi Twitter hesabının en az 302.000 takipçiye sahip olması.
  3. Takvim yılı içerisinde Üniversitenin resmi Instagram hesabının en az 90.000 takipçiye sahip olması.
  4. Takvim yılı içerisinde Üniversitenin resmi YouTube hesabının en az 13.000 takipçiye sahip olması.
  5. Üniversitenin sosyal medya hesaplarının, Türkiye Sosyal Medya Marka Endeksi (SocialBrands Turkey)-Sosyal Medya Ölçümleme platformu BoomSocial’de en az 4 kez ilk 100’de yer alması.

## Sosyal medya hesapları üzerinden Üniversite bünyesinde düzenlenen etkinlik ve tanıtıcı faaliyetlere ilişkin videolar yayınlamak, yazılı ve görsel medyada etkin bir şekilde yer almak.

* 1. Akademik yıl içerisinde Üniversite bünyesinde düzenlenen etkinlik ve tanıtıcı faaliyetlere ilişkin sosyal medya hesaplarında kurgulu halde sonuçlanan video sayısının en az 30 olması.

## Habercilikte hızlı ve etkin olabilmek.

* 1. Habercilikte hızlı ve etkin olabilmek amacıyla gün içerisinde yapılan etkinliklere ilişkin haberlerin aynı gün içinde hazırlanıp web sitesinde yayına alınması.

## Üniversite bünyesinde düzenlenecek etkinlikler ile resmi günlere ilişkin görseller hazırlamak.

* 1. Belirli gün ve haftalara ilişkin hazırlanacak görseller ile sosyal medya hesapları ve web sitesinde yayınlanacak görsellerin bir gün öncesinde hazır hale getirilmesi.

## Performans Göstergeleri

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünün faaliyet alanları ile sunmuş olduğu ürün ve hizmetler kapsamında yer alan performans göstergeleri yıl bazında aşağıda yer almaktadır.

***Tablo-19: Temel Performans Göstergeleri Tablosu***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TEMEL PERFORMANS GÖSTERGELERİ** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** | **Açıklama** |
| Tanıtım faaliyetleri kapsamında üniversitemizi ziyarete gelen okul sayısı | -  \* | -  \* | **-**  \* | 233 | 300 | \*  Nisan 2020 itibariyle küresel salgın nedeniyle üniversite tanıtım faaliyetleri kısıtlanmıştır. |
| Katılım sağlanan Üniversite Tanıtım Fuarı/Mesleki Kariyer Günleri vb. etkinliklerin sayısı | -  \* | -  \* | **-**  \* | 4 | 5 | \*  Nisan 2020 itibariyle küresel salgın nedeniyle üniversite tanıtım faaliyetleri kısıtlanmıştır.  \*\*  Pandemi nedeniyle online veya fiziki ortamdaki en az sayı. |
| Sosyal medya takipçi sayısı (Facebook) | 21.229 | 21.700 | 24.776 | 26.600 | 28.000 |  |
| Sosyal medya takipçi sayısı (Instagram) | 51.300 | 63.100 | 75.800 | 88.300 | 95.000 |  |
| Sosyal medya takipçi sayısı (YouTube) | 7.620 | 10.600 | 11.500 | 12.600 | 13.500 |  |
| Sosyal medya takipçi sayısı (Twitter) | 302.773 | 303.177 | 302.000 | 301.900 | 304.000 |  |

## Hedef Riskleri ve Kontrol Faaliyetleri

Stratejik plan kapsamında Müdürlüğün çalışma alanı ve faaliyetleri doğrultusunda belirlenmiş olan hedeflerine yönelik riskler ve kontrol faaliyetleri aşağıda belirtilmiştir.

## HABER

**Hedef**

* + - Habercilikte hızlı ve etkin olabilmek amacıyla gün içerisinde yapılan etkinliklere ilişkin haberlerin aynı gün içinde hazırlanıp web sitesinde yayına alınması.

## Risk

* + - Haber metinlerinin hızlı hazırlanması nedeniyle metin içeriğinde yapılabilecek bir hatada kamuoyunda yanlış ve telafisi güç bilgilerin oluşması,
    - Haberin yayın süreci içinde yaşanacak teknik aksaklıklar,
    - Haber metinlerinde yanlış görsellerin kullanılması.

## Riskin Kaynağı

* + - Teknik/sistemsel aksaklıklar (iç kaynaklı)
    - Personelin dikkatsizliği (iç kaynaklı)

## Riskin Düzeyi

* + - Yüksek

## Riskin Tehditleri

* + - Haberin yayın aşamasında oluşabilecek teknik/sistemsel sıkıntılar nedeniyle işlemin yavaşlaması/yapılamaması,
    - Haber içeriğinde yapılabilecek hatalar nedeniyle kamuoyunda yanlış ve telafisi güç bilgilerin oluşması.

## Riskin Fırsatları ve İyileştirme

* + - Haberin yayın aşamasında oluşabilecek sistemsel sıkıntıların çözümüne yönelik ilgili birimle iletişime geçilerek öneriler sunmak, yayın sürecinde daha hızlı ve etkin olmaya imkân sağlar.
    - Haber içeriklerinin güvenilir kaynaklardan temin edilmesiyle dış paydaşların kuruma bakış açısını olumlu yönde etkilemek.

## Riske Karşı Alınacak Önlemler

* + - Yazılan haber metinlerinin görselleriyle birlikte sorumlu personel tarafından kontrol edilmesi,
    - Sorumlu personelin hazırladığı haber metinlerinin ve görsellerin yayın öncesinde birim yetkilisi tarafından kontrol edilmesi,
    - Gazi İçerik Yönetim Sisteminin gün içerisinde sorumlu personel tarafından ara ara kontrol edilmesi.

## Kontrol Kriteri

* + - Birim yetkilisi tarafından yapılan son kontrol ve onay işlemleri.

## SOSYAL MEDYA

**Hedef**

* + - Sosyal medya hesaplarının takipçi sayısını ve etkileşimini artırmak,
    - Sosyal medya hesaplarında paylaşılmak üzere etkili içerik üretmek ve yönetimini sağlamak.

## Risk

* + - Sosyal ağları tehdit eden saldırılar (parola saldırıları, hacker kullanıcılar vs.),
    - Güvenlik açığının oluşması,
    - Bilinçli veya bilinçsiz istenmeyen/uygunsuz içerik paylaşımı yapılması.

## Riskin Kaynağı

* + - Teknik/sistemsel aksaklıklar (iç kaynaklı)
    - Personelin dikkatsizliği (iç kaynaklı)
    - Dışardan gelen saldırılar (dış kaynaklı)

## Riskin Düzeyi

* + - Yüksek

## Riskin Tehditleri

* + - Sosyal medya hesaplarının saldırıya uğraması ve güvenlik açığının oluşması sonucu kötü niyetli kişiler tarafından kurum itibarını zedeleyecek paylaşımların yapılması,
    - Hatalı ya da eksik paylaşılan içeriğin bir anda binlerce takipçiye ulaşması sonucu kamuoyunun yanlış bilgilendirilmesi, kurumsal imaj kaybı.

## Riskin Fırsatları ve İyileştirme

* + - Güçlü parola kullanımı ve güvenlik alanındaki bilgilerin belli periyotlarda güncellenmesiyle sosyal medya hesaplarını tehdit eden unsurların ortadan kalkmasına imkân sağlamak,
    - Kullanılan hesaba ilişkin güvenlik tedbirlerinin daha korunaklı hale getirilmesiyle paylaşılan içeriğin kalitesinin artması,
    - Sosyal medya hesapları üzerinden yapılan paylaşımlarda Üniversitemizi ulusal ve uluslararası alanlarda doğru konumlandırıp tanıtarak kurum imajının ve takipçi sayısının korunmasına aracı olmak.

## Riske Karşı Alınacak Önlemler

* + - Sosyal medya hesaplarına ait şifrelerin belirli periyotlarla güncellenmesi,
    - İki aşamalı kimlik doğrulama kodunun kullanımıyla sosyal medya hesaplarının daha güvenlikli hale getirilmesi,
    - Var olan bilginin paylaşımdan önce doğru ve güvenilir kaynaklardan teyit edilmesi,
    - Paylaşılacak içeriğin sorumlu personel ve birim yetkilisi tarafından kontrol edilmesi.

## Kontrol Kriteri

* + - Belirli periyotlarla şifre güncelleme
    - Birim yetkilisi tarafından yapılan son kontrol ve onay işlemleri

## TANITIM

**Hedef**

* + - Fiziksel ortamda veya online (çevrim içi) olarak düzenlenecek üniversite tanıtım faaliyetlerine (kariyer günleri, fuarlar, mesleki tanıtım günleri vb.) katılım sağlamak,
    - Üniversiteyi ziyarete gelen aday öğrencilere üniversiteyi tanıtmak ve tüm imkânlarını yerinde görmelerini sağlamak.

## Risk

* + - Olumsuz hava koşulları, kazalar, doğal afetler vs.,
    - Tanıtım faaliyetlerinde görev alan personelin niteliğinin ve yetkinliğinin zayıf olması,
    - Fiziksel ortamda gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerinde karşılaşılabilecek teknik sıkıntılar,
    - Online olarak gerçekleştirilen tanıtım programlarında karşılaşılabilecek teknik/sistemsel aksaklıklar.

## Riskin Kaynağı

* + - İklim şartları, kazalar vs. (dış kaynaklı)
    - Personel niteliğinin ve yetkinliğinin zayıf olması (iç kaynaklı)
    - Teknik sıkıntılar, internet/elektrik kesintisi vs. (iç kaynaklı)

## Riskin Düzeyi

* + - Orta

## Riskin Tehditleri

* + - Hava koşulları, kazalar, doğal afet, küresel salgın vb. durumlardan dolayı gerçekleştirilemeyen tanıtım programları nedeniyle hedeflenen performansın düşük olması,
    - Tanıtım faaliyetlerinde görev alan personelin niteliğinin ve yetkinliğinin zayıf olması nedeniyle üniversiteye dair yanlış, eksik bilgilendirmelerde bulunulması, imaj kaybı,
    - Fiziksel ortamda gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerinde karşılaşılabilecek teknik sıkıntılar nedeniyle programın istenilen nitelikte ve düzeyde gerçekleştirilememesi,
    - Online olarak düzenlenecek tanıtım programlarında teknik/sistemsel aksaklıklar nedeniyle kaliteli ve nitelikli bir program gerçekleştirilememesi.

## Riskin Fırsatları ve İyileştirme

* + - Tanıtım faaliyetlerinde görev alacak akademik ve idari temsilcilerin, kurum ve bağlı oldukları birim hakkında yeterli bilgi ve beceriye sahip kişiler arasından seçilmesiyle nitelikli/kalite bir sunum gerçekleştirilmesi,
    - Üniversiteye yönelik bilgilendirmelerde bulunan görevli personelin iletişiminin güçlü ve etkili olması nedeniyle katılımcıların üniversiteye olan ilgisinin artması.

## Riske Karşı Alınacak Önlemler

* + - Faaliyete katılacak okulla ya da katılım sağlanacak tanıtım etkinliğinin sorumlularıyla, program tarihinden birkaç gün öncesinde iletişime geçilerek program içeriğinin netleştirilmesi,
    - İklim şartlarının göz önünde bulundurulması ve gerekli hallerde program tarihi ve yerinin başka bir güne/mekâna ertelenmesi,
    - Tanıtım faaliyetinin gerçekleştirileceği tarihten önce programda görev alacak birim temsilcileriyle iletişime geçilmesi, program günü personelin teoride ve uygulamada tüm donanımıyla hazır bulunması,
    - Fiziksel veya online ortamda gerçekleştirilecek programlarda teknik sorunlarla karşılaşmamak için program öncesinde ilgili teknik birimlerle iletişime geçilmesi, internet altyapısının kontrol edilmesi,
    - Teknik sorunlar nedeniyle online ortamda gerçekleştirilemeyecek programlara yönelik gerekli bilgilendirme işleminin e-posta, web sitesi ilanı veya sosyal medya hesapları aracılığıyla yapılması.

## Kontrol Kriteri

* + - Teyit almak (Planlanan faaliyet tarihinin bir gün öncesinde talepte bulunan kurumla ve tanıtımda görevli temsilcilerle iletişim kurularak programın netleştirilmesi).

## KURGU-MONTAJ VİDEO

**Hedef**

* + - Sosyal medya hesapları üzerinden üniversite bünyesinde düzenlenen etkinlik ve tanıtıcı faaliyetlere ilişkin videolar yayınlamak,
    - Görsel medyada etkin bir şekilde yer almak.

## Risk

* + - Tasarlanan görsel içeriklerde yapılacak yazım ve bilgi hataları
    - Personelin dikkatsizliği
    - Teknik sorunlar

## Riskin Kaynağı

* + - Teknik sıkıntılar(iç kaynaklı)
    - Hatalı veriler (iç/dış kaynaklı)

## Riskin Düzeyi

* + - Düşük

## Riskin Tehditleri

* + - Yapılabilecek yazım hataları ve içerikte kullanılan hatalı/yanlış görseller nedeniyle kamuoyunun yanlış bilgilendirilmesi.

## Riskin Fırsatları ve İyileştirme

* + - Teknik ekipman ve kullanılan programların teknolojik gelişmeler doğrultusunda güncellenmesiyle tasarım kalitesinin ve yapılan işin daha nitelikli hale getirilmesi,
    - Sorumlu personelin alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri yakından takip etmesiyle bu yöndeki yeterliliğini geliştirmesi.

## Riske Karşı Alınacak Önlemler

* + - Teknik ekipmanın belirli periyotlarla kontrol edilmesi, gerekli görülen bakım onarım işlemlerinin yapılması,
    - Tasarımı yapılan işin çıktısının ilgili tarafa iletilmeden önce son kez kontrol edilmesi.

## Kontrol Kriteri

* + - Birim yetkilisi tarafından yapılan son kontrol ve onay işlemleri

## GRAFİK-TASARIM

**Hedef**

* + - Üniversite bünyesinde düzenlenecek etkinlikler ile resmi günlere ilişkin görseller hazırlamak,
    - Belirli gün ve haftalara ilişkin hazırlanacak ve sosyal medya hesapları ile web sitesinde yayınlanacak görsellerin bir gün öncesinde hazır hale getirilmesi.

## Risk

* + - Tasarlanan görsel içeriklerde yapılacak yazım ve bilgi hataları
    - Personelin dikkatsizliği
    - Teknik sorunlar

## Riskin Kaynağı

* + - Personel niteliğinin ve yetkinliğinin zayıf olması (iç kaynaklı)
    - Teknik sıkıntılar(iç kaynaklı)
    - Hatalı veriler (iç/dış kaynaklı)

## Riskin Düzeyi

* + - Orta

## Riskin Tehditleri

* + - İş yoğunluğu nedeniyle işlemin istenilen sürede gerçekleştirilememesi,
    - Yapılabilecek yazım hataları nedeniyle kamuoyunun yanlış bilgilendirilmesi,
    - Teknik malzemeden kaynaklı oluşabilecek sıkıntılarda işlemin gecikmesi, yapılamaması, istenilen kalitede işin çıkarılamaması.

## Riskin Fırsatları ve İyileştirme

* + - Teknik ekipman ve kullanılan programların teknolojik gelişmeler doğrultusunda güncellenmesiyle tasarım kalitesinin ve yapılan işin daha nitelikli hale getirilmesi,
    - Sorumlu personelin alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri yakından takip etmesiyle bu yöndeki yeterliliğini geliştirmesi.

## Riske Karşı Alınacak Önlemler

* + - Resmi yazıyla iletilen işin içeriğinin sorumlu personel tarafından kontrol edilmesi,
    - Teknik ekipmanın belirli periyotlarla kontrol edilmesi, gerekli görülen bakım onarım işlemlerinin yapılması,
    - Tasarımı yapılan işin çıktısının ilgili tarafa iletilmeden önce son kez kontrol edilmesi.

## Kontrol Kriteri

* + - Birim yetkilisi tarafından yapılan son kontrol ve onay işlemleri
    - Sorumlu personel tarafından teknik ekipmanın durumunun kontrol edilmesi

## Hedef Kartları

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **HEDEF KARTI – 1** | | | | | | | |
| **Amaç (1)** | * Üniversitenin kurumsal itibarını güçlendirecek çalışmalarda bulunmak, * Kurum kimliğini ulusal ve uluslararası alanlarda etkin bir şekilde tanıtacak faaliyetlerde bulunmak. | | | | | | |
| **Hedef (1.1)** | * Fiziki ortamda veya online olarak gerçekleştirilecek üniversite tanıtım faaliyetlerine (kariyer günleri, fuarlar, mesleki tanıtım günleri vs.) katılım sağlamak, * Üniversiteyi ziyarete gelen aday öğrencilere üniversiteyi tanıtmak ve tüm imkânlarını yerinde görmelerini sağlamak. | | | | | | |
| **Sorumlu Birim** | Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü | | | | | | |
| **İş Birliği Yapılacak Birimler** | Üniversitenin Akademik ve İdari Birimleri | | | | | | |
| **Performans Göstergeleri** | **Hedefe Etkisi** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** | **İzleme Periyodu** |
| **PG1.1.1- Katılım sağlanan mesleki kariyer günleri, üniversite tanıtım fuarı vb. etkinliklerin sayısı** | **%50** | **-**  \* | **-**  \* | **-**  \* | **4** | **5** | Akademik Yıl |
| **PG1.1.2- Tanıtım faaliyetleri kapsamında üniversitemizi ziyarete gelen okul sayısı** | **%50** | **-**  \* | **-**  \* | **-**  \* | **233** | **250** | Akademik Yıl |
| **Riskler** | * Olumsuz hava koşulları, kazalar, doğal afetler vs. * Tanıtım faaliyetlerinde görev alan personelin niteliğinin ve yetkinliğinin zayıf olması, * Fiziksel ortamda gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerinde karşılaşılabilecek teknik sıkıntılar, * Online olarak gerçekleştirilen tanıtım programlarında karşılaşılabilecek teknik/sistemsel aksaklıklar. | | | | | | |
| **Stratejiler** | * Tanıtım faaliyetlerinde görev alacak akademik ve idari temsilcilerin, kurum ve bağlı oldukları birim hakkında yeterli bilgi ve beceriye sahip kişiler arasından seçilmesi, * Üniversiteye yönelik bilgilendirmelerde bulunan görevli personelin iletişiminin güçlü ve etkili olan kişiler arasından seçilmesi, * Hedef kitlenin ihtiyaçları doğrultusunda üniversiteyi tanıtıcı materyallerin çeşitliliğinin ve miktarının artırılması. | | | | | | |
| **Tespitler** | **-** Üniversitenin köklü geçmişinden kaynaklanan imajı,  **-** Üniversiteyi tanıtıcı materyallerin nicel anlamda kısıtlı olması. | | | | | | |
| **İhtiyaçlar** | **-** Tanıtım materyallerinin sayısının ve çeşitliliğinin artırılması.  **-** Tanıtım faaliyetlerini organize edecek ve bu faaliyetlere katılacak personel olmaması | | | | | | |

\* Nisan 2020 itibariyle COVID-19 küresel salgını nedeniyle üniversite tanıtım faaliyetleri kısıtlanmıştır.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **HEDEF KARTI – 2** | | | | | | | |
| **Amaç (2)** | * Üniversitenin kurumsal itibarını güçlendirecek çalışmalarda bulunmak, * Üniversitenin akademik-bilimsel niteliğinin, eğitim-öğretim imkânlarının ve sosyal faaliyetlerinin sosyal medya mecralarında kamuoyuna etkin bir şekilde duyurulmasını sağlamak. | | | | | | |
| **Hedef (2.1)** | * Sosyal medya hesaplarının takipçi sayısını ve etkileşimini artırmak, * Sosyal medya hesaplarında paylaşılmak üzere etkili içerik üretmek ve yönetimini sağlamak. | | | | | | |
| **Sorumlu Birim** | Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü | | | | | | |
| **İş Birliği Yapılacak Birimler** | Üniversitenin Tüm Birimleri | | | | | | |
| **Performans Göstergeleri** | **Hedefe Etkisi** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024**  **(Hedeflenen)** | **İzleme Periyodu** |
| **PG2.1.1- (Facebook)**  **Sosyal medya takipçi sayısı** | **%20** | **21.229** | **21.700** | **24.776** | **26.600** | **28.000** | Takvim  Yılı |
| **PG2.1.2- (Twitter)**  **Sosyal medya takipçi sayısı** | **%30** | **302.773** | **303.127** | **302.000** | **301.900** | **304.000** | Takvim  Yılı |
| **PG2.1.3- (Instagram)**  **Sosyal medya takipçi sayısı** | **%20** | **51.300** | **63.100** | **75.800** | **88.300** | **95.000** | Takvim  Yılı |
| **PG2.1.4- (YouTube)**  **Sosyal medya takipçi sayısı** | **%30** | **7.620** | **10.600** | **11.500** | **12.600** | **13.500** | Takvim  Yılı |
| **Riskler** | * Sosyal ağları tehdit eden saldırılar (parola saldırıları, hacker kullanıcılar vs.), * Güvenlik açığının oluşması, * Bilinçli veya bilinçsiz istenmeyen/uygunsuz içerik paylaşımı yapılması. | | | | | | |
| **Stratejiler** | * Güçlü parola kullanımı ve güvenlik alanındaki bilgilerin belli periyotlarda güncellenmesi, * İki aşamalı kimlik doğrulama kodunun kullanımıyla sosyal medya hesaplarının daha güvenlikli hale getirilmesi, * Var olan bilginin paylaşımdan önce doğru ve güvenilir kaynaklardan teyit edilmesi, * Paylaşılacak içeriğin sorumlu personel ve birim yetkilisi tarafından kontrol edilmesi. | | | | | | |
| **Tespitler** | * Sosyal medya hesaplarını katılım, açıklık, etkileşimlilik ve karşılıklılık özelliklerini öne çıkararak kullanmak, * Belli periyotlarda sosyal medya kanallarının ölçümünü yapmak. | | | | | | |
| **İhtiyaçlar** | * Personel ve öğrencilerin sosyal medya mecralarını etkin kullanmalarını teşvik etmek, * Takipçilerin ilgisini çekecek içerikler üretmek. | | | | | | |

**6.**

**İZLEME VE**

**DEĞERLENDİRME**

Stratejik Planın uygulanmasının sistematik takibi ve kurumsal faaliyetlerin sürekli iyileştirilmesi, etkili ve objektif bir izleme ve değerlendirme süreci ile gerçekleştirilecektir.

İzleme faaliyetleri, tanımlanmış performans göstergeleri aracılığıyla önceden belirlenmiş aralıklarda stratejik plan kapsamındaki hedeflere erişimi izlemeyi, belirlenen dönemler itibarıyla raporlamayı ve yöneticilerin değerlendirmesine sunmayı içerir.

Değerlendirme, stratejik planda yer alan amaç ve hedeflere ulaşılmasında performans göstergelerinin ilgililiğini, sürdürülebilirliğini ve etkinliğini nesnel olarak analiz etme faaliyetleridir.

İzleme ve değerlendirme faaliyetleriyle stratejik plan amaç ve hedeflerinin nesnel ve ölçülebilir göstergelerle ilişkilendirilmesi sayesinde, stratejik plan amaç ve hedeflerine ulaşmak için birim stratejik planlama ekibinin bilgiyle desteklenmesi ve gerektiğinde iyileştirici tedbir amaçlı kararlar alması sağlanır. Bu kapsamda Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü olarak 2024-2028 Dönemi Stratejik Planı kapsamında yürütülen çalışmalara istinaden belirlenen amaç ve hedefler doğrultusunda ilerleyen faaliyetler belli periyotlarda izlenmekte ve değerlendirilmektedir.