



GAZI ÜNİVERSİTESİ

**BASIN VE HALKLA İLİŞKİLER
MÜDÜRLÜĞÜ**

**2019-2023 DÖNEMİ
STRATEJİK PLANI**

Güncellenmiş Versiyon
(2022)



İÇİNDEKİLER

SUNUŞ	4
1. BİR BAKIŞTA STRATEJİK PLAN	5
1.1. Misyon	6
1.2. Vizyon.....	6
1.3. Temel Değerler.....	6
2. STRATEJİK PLAN HAZIRLIK SÜRECİ.....	7
3. DURUM ANALİZİ.....	10
3.1. Birimin Tarihçesi.....	11
3.2. Mevzuat Analizi	11
3.3. Faaliyet Alanları ile Ürün ve Hizmetlerin Belirlenmesi	13
3.4. Paydaş Analizi.....	15
3.5. Kuruluş İçi Analiz	19
3.5.1. Organizasyon Şeması.....	19
3.5.2. İnsan Kaynakları Yetkinlik Analizi.....	20
3.5.3. Kurum Kültürü Analizi	25
3.5.4. Fiziki Kaynak Analizi	26
3.5.5. Teknoloji ve Bilişim Altyapısı Analizi.....	26
3.5.6. Mali Kaynak Analizi.....	27
3.6. GZFT Analizi	27
4. GELECEĞE BAKIŞ	28
4.1. Misyon	29
4.2. Vizyon.....	29
4.3. Temel Değerler.....	29
5. STRATEJİ GELİŞTİRME: AMAÇ, HEDEF VE PERFORMANS	



GÖSTERGESİ İLE STRATEJİLERİN BELİRLENMESİ	30
5.1. Amaçlar	31
5.2. Hedefler	31
5.3. Performans Göstergeleri.....	33
5.4. Hedef Riskleri ve Kontrol Faaliyetleri.....	34
5.5. Hedef Kartları	41
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. Erhan AYDOĞDU

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürü



1. BİR BAKIŞTA STRATEJİK PLAN



1.1. Misyon

Gazi Üniversitesinin sahip olduğu değerler ve bilimsel ilkeler doğrultusunda yenilikçi, gelişmelere açık, hızlı ve etkin bir şekilde basın ve halkla ilişkiler hizmetlerini yürütmek; Üniversite ile basın kuruluşları arasındaki iletişim koordinasyonunu sağlamak; Üniversitenin akademik-bilimsel niteliğinin, eğitim-öğretim ve sosyal imkânlarının kamuoyuna duyurulmasını sağlamak ve Üniversitenin kurumsal itibarını güçlendirecek çalışmalarda bulunmak.

1.2. Vizyon

Üniversitenin ulusal ve uluslararası düzeyde saygın ve öncü bir üniversite olması vizyonunun hareketle ulusal ve uluslararası platformlarda Gazi Üniversitesiyle ilgili doğru, hızlı ve güncel bilgi akışının sağlanmasına katkıda bulunmak; üniversite tanıtım faaliyetleri ve sosyal medya hesapları aracılığıyla Gazi Üniversitesinin ulusal ve uluslararası düzeyde daha çok tanınan ve tercih edilen bir üniversite olmasını sağlamak.

1.3. 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 2019-2023 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 2019-2023 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 sekreteryaya 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	202 26 00
Alper ÇETİNTAŞ	Öğr. Gör.	Üye	alper@gazi.edu.tr	202 26 43
Sevda LUKUMCİ	Bilgisayar İşletmeni	Üye	sevda.incesu@gazi.edu.tr	202 26 09
Evşen ÖZDEMİR	V.H.K.İ.	Üye	evsen.ozdemir@gazi.edu.tr	202 26 10
Mine HAZER	V.H.K.İ.	Sekreteryä	mine.ozturk@gazi.edu.tr	202 26 07



3. DURUM ANALİZİ



3.1. 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.

3.2. 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	TESPİTLER	İHTİYAÇLAR
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 yönergesinde belirtilen ve BHİM'nin hizmet alanı içerisinde yer alan Öğrenci Danışma Hattı (Çağrı Merkezi), Mayıs 2021 itibariyle bağlı bulunduğu BHİM'den ayrılmıştır. Bu nedenle birim yönergesinin revize edilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.



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.	



3.3. 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	<ul style="list-style-type: none">Haber metni hazırlamakÜniversitenin web sitesinde haber yayınlamakBasın duyurusu hazırlamakGazi Haber dergisini hazırlamakWeb sitesinde duyuru, haber ve etkinlik yayınlamak
SOSYAL MEDYA	<ul style="list-style-type: none">Üniversitenin resmi sosyal medya hesaplarını yönetmekSosyal medya hesaplarında içerik üretmek ve paylaşımında bulunmak
ORGANİZASYON PROTOKOL	<ul style="list-style-type: none">Programları organize etmekProtokol ve program akışını düzenlemekSalon tahsisi yapmak
TANITIM	<ul style="list-style-type: none">Tanıtım faaliyetleri düzenlemekTalepte bulunan kurumlara tanıtıcı materyal göndermekKampüs gezisi taleplerini karşılamak
GRAFİK-TASARIM	<ul style="list-style-type: none">Görsel tasarlamakTanıtıcı materyallerin tasarımını yapmakGazi Haber dergisinin tasarımını yapmak
TEKNİK İŞLER	<ul style="list-style-type: none">Fotoğraf/video çekimi yapmakMimar Kemaleddin Salonunun teknik işlemlerini yapmakTotemlerde içerik yayınlamak

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 2021 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
Bilimsel Etkinlik	2
Çalıştay	9
Eğitim	12
Eğitim Toplantısı	2
Farkındalık/Özel Gün Etkinliği	14
Forum	2
Hizmet İçi Eğitim	36
Konferans	236
Konser	6
Kongre	19
Mezuniyet	12
Panel	22
Proje	2
Seminer	22
Sempozyum	26
Söyleşi	22
Sergi	14
Sosyal Sorumluluk Projesi	8
Sosyal/Sportif Faaliyet	4
Şölen	2
Şura	2
Tanıtım Toplantısı	4
Toplantı	73
Tören/Ödül Töreni	30
Verimlilik Toplantısı	32
Webinar	19
Zirve	3
Toplam	635

3.4. 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 Müdürlüğü'nün 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) DİŞ 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

Tablo-17

PAYDAŞ ADI	İÇ PAYDAŞ (İP) DIŞ PAYDAŞ (DP)	ÖNEM DERECESİ	ETKİ DERECESİ	ÖNCELİĞİ
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

Tablo-18

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		

3.5. Kuruluş İçi Analiz

3.5.1 Organizasyon Şeması

Şekil-1: Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü Organizasyon Şeması





3.5.2. İnsan Kaynakları Yetkinlik Analizi

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğünde 2021 yılında 3 akademik, 11 idari ve 3 sürekli işçi olmak üzere toplam 17 personel görev yapmıştır. Müdürlüğün 2019-2023 dönemine ilişkin personel sayısı, eğitim, yaş durumu ve hizmet yılı bilgilerini gösteren tablolar aşağıda yer almaktadır.

Tablo-8: Akademik Personel Sayıları

UNVAN	2019	2020	2021	2022
Öğretim Görevlisi	5	4	3	2
Toplam	5	4	3	2

Tablo-9: Akademik Personelin Yaş Durumu

YILLAR	21-25	26-30	31-35	36-40	41-50	51 ve üzeri	Toplam
2019			1	2	2		5
2020				3	1		4
2021				2	1		3
2022				2			2

Tablo-10: İdari Personel Sayıları

PERSONEL TÜRÜ	2019	2020	2021	2022
Kadrolu İdari Personel	13	10	11	11
Toplam	13	10	11	11



Tablo-11: İdari Personelin Eğitim Durumu

YILLAR	Lise	Ön Lisans	Lisans	Lisansüstü	Toplam
2019	2	4	6	1	13
2020	2	1	6	1	10
2021	1	1	8	1	11
2022		1	9	1	11

Tablo-12: İdari Personelin Yaş Durumu

YILLAR	21-25	26-30	31-35	36-40	41-50	51 ve üzeri	Toplam
2019			3	3	5	2	13
2020			1	3	4	2	10
2021		1	1	3	5	1	11
2022		1	1	3	5	1	11

Tablo-13: İdari Personelin Hizmet Yılı

YILLAR	1-3	4-6	7-10	11-15	16-20	21 ve üzeri	Toplam
2019		3	6	1	1	2	13
2020		2	3	2		3	10
2021	1		5	3	1	1	11
2022	1		4	3	1	2	11



Tablo-14: Sürekli İşçilerin Sayısı

PERSONEL TÜRÜ	2019	2020	2021	2022
Sürekli İşçi	4	3	3	2
Toplam	4	3	3	2

Tablo-15: Sürekli İşçilerin Yaş Durumu

YILLAR	21-25	26-30	31-35	36-40	41-50	51 ve üzeri	Toplam
2019			1	3			4
2020			1	2			3
2021			1	2			3
2022				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,
- İnterpress Medya Takip Merkezini günlük olarak takip etmek ve Üniversiteyi ilgilendiren haberlere ve görüntülere ilişkin tarama yapmak, arşivlemek, gerektiğinde görsel çıktılarıyla birlikte birim amirine ve üst yönetime rapor etmek,
- 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,
- Üniversite ile ilişkisi bulunan kuruluşların protokol değişikliklerini takip etmek ve protokol listelerini güncellemek,
- 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 sekreteryaya 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.

3.5.3. 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.



3.5.4. 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 (m ²)	Kullanan Sayısı
Çalışma Odası	5	20 m ² 20 m ² 30 m ² 35 m ² 65 m ²	15
Ambar Alanı	1	20 m ²	
Mutfak	1	20 m ²	Ortak kullanım alanı
Toplam	7	210 m²	15

3.5.5. 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
Taşınabilir bilgisayar	13
Projeksiyon	4
Yazıcı	7
Slayt makinesi	3
Faks	1
Fotokopi makinesi	3
Fotoğraf makinesi	6
Kamera	2
Tepegöz	1
Televizyon	1
Tarayıcı	1



3.5.6. Mali Kaynak Analizi

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

3.6. 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
<ul style="list-style-type: none">▪ Kurumun tarihçesi▪ Kurum imajı▪ Zamana karşı çalışabilme/hızlı ve etkin olabilme▪ Toplumun her kesimine hizmet etmeyi amaçlayan üniversite yaklaşımının benimsenmesi	<ul style="list-style-type: none">▪ Maddi kaynaklar▪ Teknik ekipman yetersizliği▪ Uluslararası alandaki tanıtım faaliyetlerinin azlığı
FIRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none">▪ 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	<ul style="list-style-type: none">▪ 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



4.1. Misyon

Gazi Üniversitesinin sahip olduğu değerler ve bilimsel ilkeler doğrultusunda yenilikçi, gelişmelere açık, hızlı ve etkin bir şekilde basın ve halkla ilişkiler hizmetlerini yürütmek; Üniversite ile basın kuruluşları arasındaki iletişim koordinasyonunu sağlamak; Üniversitenin akademik-bilimsel niteliğinin, eğitim-öğretim ve sosyal imkânlarının kamuoyuna duyurulmasını sağlamak ve Üniversitenin kurumsal itibarını güçlendirecek çalışmalarda bulunmak.

4.2. Vizyon

Üniversitenin ulusal ve uluslararası düzeyde saygın ve öncü bir üniversite olması vizyonunun hareketle ulusal ve uluslararası platformlarda Gazi Üniversitesiyle ilgili doğru, hızlı ve güncel bilgi akışının sağlanmasına katkıda bulunmak; üniversite tanıtım faaliyetleri ve sosyal medya hesapları aracılığıyla Gazi Üniversitesinin ulusal ve uluslararası düzeyde daha çok tanınan ve tercih edilen bir üniversite olmasını sağlamak.

4.3. 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**



5.1. 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.

5.2. Hedefler

Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, 2019-2023 Dönemi Stratejik Plan çalışmaları kapsamındaki amaçları doğrultusunda 2022 yılındaki hedeflerini belirlemiştir. Bunlar:

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

1.1. Akademik yıl içerisinde pandemi koşulları nedeniyle online (çevrim içi) veya fiziki ortamda gerçekleştirilecek üniversite tanıtım faaliyetleri sayısının en az %5 oranında artırılması.

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

2.1. Akademik yıl içerisinde normal şartlar altında üniversitemizi ziyarete gelen aday öğrenci sayısının en az %5 oranında artırılması.

2.2. 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.



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

3.1. Takvim yılı içerisinde Üniversitenin resmi Facebook hesabının en az 24.000 takipçiye sahip olması.

3.2. Takvim yılı içerisinde Üniversitenin resmi Twitter hesabının en az 305.000 takipçiye sahip olması.

3.3. Takvim yılı içerisinde Üniversitenin resmi Instagram hesabının en az 65.000 takipçiye sahip olması.

3.4. Takvim yılı içerisinde Üniversitenin resmi YouTube hesabının en az 11.000 takipçiye sahip olması.

3.5. 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.

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

4.1. Akademik yıl içerisinde Üniversite bünyesinde düzenlenen etkinlik ve tanıtıcı faaliyetlere ilişkin sosyal medya hesaplarında kurgulu halde sonuçlanan video sayısının en az 60 olması.

5. Habercilikte hızlı ve etkin olabilmek.

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

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

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



5.3. 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	2019	2020	2021	2022 (Hedeflenen)	Açıklama
Tanıtım faaliyetleri kapsamında üniversitemizi ziyarete gelen okul sayısı	270	- *	- *	(250) Normal şartlar altındaki en az sayı	* Nisan 2020 itibariyle küresel salgın nedeniyle üniversite tanıtım faaliyetleri kısıtlanmıştır.
Katılım sağlanan Üniversite Tanıtım Fuarı/Mesleki Kariyer Günleri vb. etkinliklerin sayısı	3	- *	- *	(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)	18.257	21.229	21.700	24.000	
Sosyal medya takipçi sayısı (Instagram)	42.400	51.300	63.100	65.000	
Sosyal medya takipçi sayısı (YouTube)	5.600	7.620	10.600	11.000	
Sosyal medya takipçi sayısı (Twitter)	299.622	302.773	303.127	305.000	

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

Riskın Kaynağı

- Teknik/sistemsal aksaklıklar (iç kaynaklı)
- Personelin dikkatsizliği (iç kaynaklı)

Riskın Düzeyi

- Yüksek

Riskın Tehditleri

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

Riskın Fırsatları ve İyileştirme

- Haberin yayın aşamasında oluşabilecek sistemsal 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 metninin görselleriyle birlikte sorumlu personel tarafından kontrol edilmesi,
- Sorumlu personelin hazırladığı haber metninin 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/sistemsal 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 güvenli hale getirilmesi,
- Var olan bilginin paylaşımından 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 malzemedeki kaynaklı oluşabilecek sıkıntılarda işlemin gecikmesi, yapılamaması, istenilen kalitede işin çıkarılmaması.

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



5.5. Hedef Kartları

HEDEF KARTI – 1							
Amaç (1)	- Üniversitenin kurumsal itibarını güçlendirecek çalışmalarda bulunmak, - Kurum kimliğini ulusal ve uluslararası alanlarda etkin bir şekilde tanıttak 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 tanıttak 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	2019	2020	2021	2022 (Hedeflenen)	2023 (Hedeflenen)	İzleme Periyodu
PG1.1.1- Katılım sağlanan mesleki kariyer günleri, üniversite tanıtım fuarı vb. etkinliklerin sayısı	%50	3	- *	- *	5 *	7	Akademik Yıl
PG1.1.2- Tanıtım faaliyetleri kapsamında üniversitemizi ziyarete gelen okul sayısı	%50	270	- *	- *	285 *	300	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, - Alanında deneyimli personele sahip olunması, - Üniversiteyi tanıtıcı materyallerin nicel anlamda kısıtlı olması.						
İhtiyaçlar	- Tanıtım materyallerinin sayısının ve çeşitliliğinin artırılması.						

* 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	2019	2020	2021	2022	2023 (Hedeflenen)	İzleme Periyodu
PG2.1.1- (Facebook) Sosyal medya takipçi sayısı	%20	18.257	21.229	21.700	24.000	27.000	Takvim Yılı
PG2.1.2- (Twitter) Sosyal medya takipçi sayısı	%30	299.622	302.773	303.127	305.000	308.000	Takvim Yılı
PG2.1.3- (Instagram) Sosyal medya takipçi sayısı	%20	42.400	51.300	63.100	65.000	68.000	Takvim Yılı
PG2.1.4- (YouTube) Sosyal medya takipçi sayısı	%30	5.600	7.620	10.600	11.000	14.000	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 güvenli 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 2019-2023 Dönemi Stratejik Planı kapsamında yürütülen çalışmalara istinaden belirlenen amaç ve hedefler doğrultusunda ilerleyen faaliyetler belli periyotlarda izlenmekte ve değerlendirilmektedir.