

İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
2023 - 2024 EĞİTİM VE ÖĞRETİM YILI
KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRLÜĞÜ
FAALİYET RAPORU

İÇİNDEKİLER

Yönetici Sunuşu

1. Birim Yapısı

- 1.1. Fiziksel Yapı**
- 1.2. Teknoloji ve Bilişim Altyapısı**
- 1.3. Organizasyon Yapısı**
- 1.4. Yetki, Görev ve Sorumluluklar**
- 1.5. Vizyon ve Misyon**

2. Sunulan Hizmetler

3. 2023-2024 Eğitim Öğretim Yılı Amaçlar ve Hedefler

4. 2023-2024 Yılı Faaliyetlerine İlişkin Bilgi ve Değerlendirmeler

5. Kurumsal Kabiliyet ve Kapasitenin Değerlendirilmesi

- 5.1. Güçlü Yanlar**
- 5.2. Geliştirilmesi Gereken Yanlar**
- 5.3. Öneriler**

6. 2024-2025 Eğitim Öğretim Yılı Amaçlar ve Hedefler

7. Ekler

Yönetici Sunuşu

2023-2024 Akademik Yılı boyunca, Kurumsal İletişim Müdürlüğü olarak İstanbul Okan Üniversitesi'nin marka değerini ve kamuoyundaki imajını güçlendirmek için çeşitli projeler gerçekleştirdik. Üniversitenin stratejik hedefleri doğrultusunda, iletişim faaliyetlerimizi etkin bir şekilde yönettik. Dijital medya, basınla ilişkiler ve etkinlik organizasyonları gibi farklı alanlarda elde ettiğimiz başarılar, üniversitemizin hem ulusal hem de uluslararası alanda tanınırlığını artırdı.

Geleceğe yönelik vizyonumuz, üniversitenin sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşmasına katkı sağlamak ve dijital iletişimde daha da etkin olmak üzerine kuruludur. 2024-2025 Akademik Yılı'nda da inovatif projelerle bu başarılarımızı devam ettirmeyi hedefliyoruz.

1. Birim Yapısı

1.1. Fiziksel Yapı

Kurumsal İletişim Müdürlüğü, İstanbul Okan Üniversitesi'nin Tuzla Kampüsü'nde yer almakta olup modern bir ofis yapısına sahiptir. Müdürlük, medya takip sistemleri ve dijital içerik üretimi için gerekli tüm teknolojik altyapıya sahip ofislerde faaliyet göstermektedir. Ayrıca, üniversite etkinliklerinin yönetildiği toplantı odaları ve çalışma alanları, ekiplerin rahatça iş birliği yapmasına olanak sağlar.

1.2. Teknoloji ve Bilişim Altyapısı

Kurumsal İletişim Müdürlüğü, sosyal medya yönetimi, web sitesi güncellemeleri ve dijital platformlarda içerik üretimi için güçlü bir teknoloji ve bilişim altyapısına sahiptir. Özellikle, medya takip sistemleri, grafik tasarım programları ve sosyal medya analiz araçları ile donatılmış olan birim, dijital medya alanındaki çalışmalarını etkili bir şekilde yürütmektedir.

1.3. Organizasyon Yapısı

Müdürlük, bir Kurumsal İletişim Müdürü ve ona bağlı çalışan Müdür Yardımcısı, Etkinlik Birim Yöneticisi, Etkinlik Uzman Yardımcısı, Kurumsal İletişim Uzman Yardımcısı, Grafik Uzmanı, ve Foto Film Uzmanı gibi pozisyonlardan oluşmaktadır. Her bir pozisyon, belirli sorumluluk alanlarına göre organize edilmiştir ve üniversitenin iletişim stratejileri doğrultusunda görev yapmaktadır.

1.4. Yetki, Görev ve Sorumluluklar

Üniversitenin marka imajının korunmasından ve güçlendirilmesinden sorumludur. İç ve dış iletişim stratejilerinin geliştirilmesi, medya ilişkilerinin yönetimi, etkinliklerin planlanması, kriz yönetimi ve sosyal sorumluluk projelerinin yürütülmesi müdürlüğün başlıca görevleri arasındadır. Müdürlük ayrıca üniversitenin basınla ilişkilerini yönetir, sosyal medya stratejilerini geliştirir ve dijital varlıkların sürdürülebilirliğini sağlar.

1.5. Vizyon ve Misyon

Vizyon

İstanbul Okan Üniversitesi'nin yerel ve küresel düzeyde tanınırlığını artırarak, güçlü, güvenilir ve yenilikçi bir kurumsal kimlik oluşturmak; dijital iletişimde öncü, şeffaf ve etkileşim odaklı bir yapıyla yükseköğretimde örnek gösterilen bir iletişim modeli haline gelmek.

Misyon

İstanbul Okan Üniversitesi'nin eğitim, araştırma ve toplumsal katkı faaliyetlerini doğru, etkili ve bütüncül bir iletişim stratejisiyle kamuoyuna yansıtmak; iç ve dış paydaşlarla güçlü ilişkiler kurmak; dijital medya, basın ilişkileri, etkinlik yönetimi ve sosyal sorumluluk projeleri aracılığıyla üniversitenin marka değerini sürekli olarak güçlendirmek.

2. Sunulan Hizmetler

Kurumsal İletişim Müdürlüğü, üniversitemizin iç ve dış iletişim süreçlerini yöneten stratejik bir birimdir. 2023-2024 Akademik Yılı boyunca sunduğumuz hizmetler şunlardır:

- **Basın Bültenleri ve Medya İlişkileri:** Üniversitemizin faaliyetlerinin basına duyurulması için basın bültenlerinin hazırlanması, medya kuruluşları ile ilişkilerin yönetilmesi ve üniversitenin kamuoyundaki olumlu imajının korunması.
- **Sosyal Medya Yönetimi:** Üniversitemizin sosyal medya hesaplarının aktif bir şekilde yönetimi, içerik üretimi ve dijital kampanyaların planlanması.
- **İç İletişim Stratejileri:** Üniversitenin iç iletişim faaliyetlerinin koordine edilmesi, akademik ve idari personel ile öğrenciler arasındaki iletişim süreçlerinin güçlendirilmesi.
- **Etkinlik Organizasyonları:** Üniversite içi ve dışı etkinliklerin planlanması, organize edilmesi ve başarıyla yürütülmesi.
- **Reklam ve Tanıtım Çalışmaları:** Üniversitenin tanıtım kampanyalarının yürütülmesi ve reklam stratejilerinin geliştirilmesi.

3. 2023-2024 Akademik Yılı Amaçlar ve Hedefler

2023-2024 yılı için belirlediğimiz stratejik amaçlar ve hedefler, üniversitemizin marka değerini yükseltmek ve sürdürülebilir bir iletişim altyapısı oluşturmaktır. Bu doğrultuda hedeflerimiz:

- **Marka Bilinirliğini Artırmak:** Ulusal ve uluslararası düzeyde üniversitenin bilinirliğini artırmak için dijital ve geleneksel medya platformlarında kapsamlı tanıtım çalışmaları yürütmek.
- **Sosyal Sorumluluk Projeleri:** Toplumsal farkındalık yaratacak sosyal sorumluluk projeleri düzenlemek ve üniversitemizin bu alandaki imajını güçlendirmek.
- **Dijital İletişim ve Sosyal Medya Güçlendirilmesi:** Sosyal medya hesaplarında etkileşim oranlarını artırmak ve üniversitenin dijital varlığını daha etkili bir şekilde yönetmek.
- **İç İletişimi Güçlendirmek:** Akademik ve idari personel arasındaki iç iletişim süreçlerini iyileştirmek ve bilgi akışını hızlandırmak.

- **Etkinliklerin Çeşitlendirilmesi ve Etkin Yönetimi:** Üniversite bünyesinde gerçekleştirilen etkinliklerin çeşitlendirilmesi ve etkili bir şekilde yönetilmesi.

4. 2023-2024 Yılı Faaliyetlerine İlişkin Bilgi ve Değerlendirmeler

2023-2024 yılı boyunca Kurumsal İletişim Müdürlüğü, çeşitli etkinlikler, projeler ve medya çalışmaları gerçekleştirdi. Bu faaliyetler şu şekilde özetlenebilir:

- **Başlıca Projeler:** Yılın Enleri Ödül Töreni, Spor Ödülleri Töreni, Türkiye Çin Ekonomik Forumu Toplumsal Sorumluluk Projeleri kapsamında gerçekleştirilen eğitim ve farkındalık programları, ulusal ve uluslararası işbirlikleri ile düzenlenen seminerler.
- **Dijital Medya Çalışmaları**
- 2023-2024 Akademik Yılı'nda üniversitenin basın ve dijital medyada geniş yer bulması için çeşitli stratejik çalışmalar yürütüldü. Dijital medya faaliyetlerimiz, üniversitemizin marka bilinirliğini artırmak, öğrencilerle ve kamuoyuyla daha organik bir bağ kurmak için etkili bir araç olarak kullanıldı.
- **Medya Çalışmaları**
- **Basın Bültenleri ve Röportajlar:** Üniversitenin başarılarını ve önemli gelişmelerini kamuoyuna duyurmak amacıyla basın bültenleri hazırlandı. Özellikle eğitim, araştırma ve inovasyon alanlarındaki başarılarımız medyada geniş yer buldu.
- **Haber İçerikleri:** Üniversitemizin akademik başarıları ve önemli projeleri hakkında haber içerikleri oluşturuldu ve dijital platformlarda paylaşıldı.
- **Sosyal Medya Faaliyetleri**
- Sosyal medya platformlarımızda düzenlediğimiz kampanyalar ve içerik stratejileri ile etkileşim oranlarını önemli ölçüde artırdık. Bu faaliyetlerle üniversitemizin güçlü yönlerini, öğrenci hayatını ve kampüs atmosferini daha geniş kitlelere tanıttık. Sosyal medya hesaplarımızda öne çıkan projelerden bazıları şunlardır:
- **Bunu Biliyor muydunuz Projesi:** Üniversitemizin güçlü yönlerini ve başarılarını tanıtarak, öğrenciler ve potansiyel adaylar arasında farkındalık yaratıldı.
- **Kampüs Paylaşımları:** Kampüs hayatını, etkinlikleri ve öğrenci aktivitelerini ön plana çıkararak üniversitemizin görsel estetiği ve yaşam tarzı tanıtıldı.
- **Öğrenci Paylaşımları:** Öğrencilerin başarı hikayelerini ve üniversite ile olan bağlarını vurgulayarak daha organik ve samimi bir iletişim kuruldu.
- **Dijital Medya Stratejilerinde Öne Çıkan Özellikler:**
- **Görsel Kalite:** Paylaşılan içeriklerin estetik açıdan zengin ve kampüsün görselliğini ön plana çıkaran paylaşımlar ile üniversitenin imajı güçlendirildi. Öğrenci etkinlikleri ve aktiviteleri de görsel açıdan etkileyici bir şekilde sunuldu.
- **Aktif ve Çeşitlendirilmiş İçerik:** Hesaplar, eğitici ve eğlenceli içerikleri dengeli bir şekilde sunarak, akademik başarılar, mezuniyet törenleri, etkinlik duyuruları ve öğrenci hayatı gibi geniş bir yelpazede içerik üretti. Bu da üniversitenin farklı hedef kitlelere hitap etmesine katkı sağladı.
- **Güncel ve Etkin Kullanım:** Hesaplar, sürekli olarak güncellenerek önemli olaylar ve etkinlikler hakkında izleyicilerle düzenli bir etkileşim sağladı. Özel günlerde paylaşılan içerikler, takipçi kitlesini daha aktif kılmaya yönelik etkili bir strateji olarak kullanıldı.
- **Öğrenci Odaklılık:** Öğrenci başarılarını ve üniversiteye yeni katılacak öğrenciler için bilgilendirici içerikleri paylaşarak aday öğrencilerin ilgisini çeken bir yaklaşım benimsendi. Öğrenci etkinlikleri ve başarı hikayeleriyle pozitif bir imaj oluşturuldu.

- **Etkin Hashtag Kullanımı:** Popüler ve üniversiteye özgü hashtaglerin (#okandahayat gibi) kullanılmasıyla içerikler daha geniş kitlelere ulaştı. Bu, üniversitenin topluluk ruhunu ve kampüs kültürünü vurgulamak açısından etkili oldu.
- **Etkinlik Duyuruları ve Etkileşim:** Üniversite etkinliklerinin duyurulması, sosyal medya üzerinden kısa hikayeler ve reels paylaşımları ile desteklenerek, daha geniş bir izleyici kitlesi ile etkileşim sağlandı. Geri bildirimlerin paylaşılması, kampüs içi ve dışı katılımı artırdı.
- Bu dijital medya stratejileri, üniversitemizin dijital platformlardaki görünürlüğünü artırmak ve hedef kitlesiyle daha güçlü bir bağ kurmak adına büyük başarılar elde etmiştir.

5. Kurumsal Kabiliyet ve Kapasitenin Değerlendirilmesi

5.1. Güçlü Yanlar

- **Etkili İletişim Stratejileri:** Hem iç hem de dış iletişim süreçlerinin etkin bir şekilde yönetilmesi, üniversitenin kamuoyundaki olumlu imajının korunmasını sağladı.
- **Kriz Yönetimi:** Zorlu durumlarda hızlı ve etkili kriz yönetimi ile üniversitenin itibarının korunması.
- **Dijital Alanda Yenilikçilik:** Sosyal medya ve dijital platformlarda yapılan yenilikçi kampanyalar ile üniversitenin hedef kitlesine ulaşımı güçlendirilmiştir.

5.2. Geliştirilmesi Gereken Yanlar

- **Etkinlik Çeşitlendirmesi:** Üniversite içi etkinliklerde çeşitlilik artırılmalı ve daha geniş bir öğrenci katılımı sağlanmalıdır.

5.3. Öneriler

- **Etkinlik Stratejileri:** Üniversitenin etkinliklerinin daha geniş kitlelere ulaşması için yeni stratejiler geliştirilmelidir.

6. 2024-2025 Akademik Yılı Amaçlar ve Hedefler

2024-2025 eğitim öğretim yılı için belirlenen stratejik hedefler, üniversitemizin büyüme hedefleriyle uyumlu olarak geliştirilmiştir:

- **Dijital Medyada Daha Güçlü Bir Varlık:** Dijital medya stratejilerimizi güçlendirmek ve hedef kitleye daha etkili bir şekilde ulaşmak.
- **Uluslararası Tanıtım:** Üniversitemizin uluslararası alanda bilinirliğini artırmak için yeni projeler ve işbirlikleri geliştirmek.
- **Sosyal Sorumluluk Projelerinin Yaygınlaştırılması:** Üniversitemizin topluma katkısını daha da artıracak sosyal sorumluluk projeleri düzenlemek.
- **İç İletişimin Güçlendirilmesi:** Üniversite içinde daha etkin bir iletişim altyapısı oluşturarak personel ve öğrenciler arasındaki etkileşimi artırmak.
- **Etkinliklerin Küresel Düzeyde Çeşitlendirilmesi:** Üniversite bünyesinde gerçekleştirilen etkinliklerin küresel çapta katılım sağlayacak şekilde düzenlenmesi.

Bu hedefler doğrultusunda, üniversitemizin iletişim alanındaki güçlü yapısını daha da geliştirerek, 2024-2025 yılı için belirlenen amaçlara ulaşmayı hedefliyoruz.