



ANTALYA BELEK ÜNİVERSİTESİ
KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM DAİRE BAŞKANLIĞI
FAALİYET RAPORU
2025

OCAK 2026

İÇİNDEKİLER

BİRİM YÖNETİCİSİ SUNUŞU	3
--------------------------------------	----------

I- GENEL BİLGİLER.....	4
-------------------------------	----------

A. Misyon ve Vizyon	4
---------------------------	---

B. Yetki, Görev ve Sorumluluklar	4
--	---

C. Birime İlişkin Bilgiler	4
----------------------------------	---

1- Fiziksel Yapı	4
------------------------	---

2- Organizasyon Şeması	5
------------------------------	---

3- Teknoloji ve Bilişim Altyapısı.....	5
--	---

4- İnsan Kaynakları.....	14
--------------------------	----

5- Sunulan Hizmetler.....	21
---------------------------	----

6- Yönetim ve İç Kontrol Sistemi.....	26
---------------------------------------	----

D) Diğer Hususlar	26
-------------------------	----

II-AMAÇ ve HEDEFLER.....	9
---------------------------------	----------

A) Temel Politikalar ve Öncelikler.....	9
---	---

B) Birim Stratejik Amaç ve Hedefler.....	10
--	----

C) Diğer Hususlar	11
-------------------------	----

III-FAALİYETLERE İLİŞKİN BİLGİ VE DEĞERLENDİRMELER	11
---	-----------

A. MALİ BİLGİLER.....	27
-----------------------	----

1.Bütçe Uygulama Sonuçları.....	27
---------------------------------	----

B- PERFORMANS BİLGİLERİ	28
-------------------------------	----

1.Faaliyet ve Proje Bilgileri.....	28
------------------------------------	----

2.Birim Stratejik Plan Değerlendirme Tabloları	14
--	----

3. Performans Bilgi Sisteminin Değerlendirilmesi	16
--	----

IV- KURUMSAL KABİLİYET ve KAPASİTENİN DEĞERLENDİRİLMESİ	16
--	-----------

B- Zayıflıklar	32
----------------------	----

C- Değerlendirme.....	32
-----------------------	----

V- ÖNERİ VE TEDBİRLER.....	17
-----------------------------------	-----------

BİRİM YÖNETİCİSİ SUNUŞU

Kurumsal İletişim ve Tanıtım faaliyetleri; üniversitelerin kurumsal kimliğini güçlendiren, paydaşlarıyla kurduğu ilişkiyi sürdürülebilir ve güven temelli bir yapıya kavuşturan stratejik bir yönetim alanıdır. Bu anlayışla, Antalya Belek Üniversitesi Kurumsal İletişim ve Tanıtım Müdürlüğü olarak yürüttüğümüz tüm çalışmalar; kalite odaklı, planlı, ölçülebilir ve sürekli iyileştirme yaklaşımı esas alınarak gerçekleştirilmektedir.

Bu faaliyet raporu, üniversitemizin kalite güvence sistemi çerçevesinde, Kurumsal İletişim ve Tanıtım Müdürlüğü'nün ilgili dönem içerisinde yürüttüğü çalışmaların şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri doğrultusunda değerlendirilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Raporda; kurumsal tanıtım faaliyetleri, dijital ve geleneksel medya çalışmaları, iç ve dış paydaş iletişimi, etkinlik yönetimi, marka ve kurumsal kimlik uygulamaları ile kamuoyu bilgilendirme süreçlerine ilişkin faaliyetler bütüncül bir yaklaşımla ele alınmıştır.

Yürütülen çalışmalar, üniversitemizin stratejik hedefleriyle uyumlu olacak şekilde planlanmış; kurumsal görünürlüğün artırılması, paydaş memnuniyetinin güçlendirilmesi ve üniversitemizin ulusal ve uluslararası alanda tanınırlığının desteklenmesi hedeflenmiştir. Bu süreçte kalite standartları, performans göstergeleri ve geri bildirim mekanizmaları esas alınarak, iletişim süreçlerinin etkinliği düzenli olarak izlenmiş ve değerlendirilmiştir.

Hazırlanan bu raporun; mevcut durumun tespit edilmesine, güçlü yönlerin görünür kılınmasına ve gelişime açık alanlar için iyileştirme önerilerinin oluşturulmasına katkı sağlayacağına inanıyorum. Kurumsal İletişim ve Tanıtım Müdürlüğü olarak, kalite kültürünün kurumsal yapımızda güçlenmesine destek olmaya ve üniversitemizin kurumsal değerlerini en doğru şekilde temsil etmeye kararlılıkla devam edeceğimizi belirtmek isterim.

Bu vesileyle, süreçlere katkı sunan tüm akademik ve idari paydaşlarımıza teşekkür eder, hazırlanan faaliyet raporunun üniversitemiz ve kalite süreçlerimiz açısından faydalı olmasını temenni ederim.

KÜBRA ÇELENK

Kurumsal İletişim ve Tanıtım Müdürü

I- GENEL BİLGİLER

A. Misyon ve Vizyon

Misyon

Antalya Belek Üniversitesi olarak, liderlik, yönetim ve kalite, eğitim-öğretim, araştırma-geliştirme ve toplumsal katkı alanlarında mükemmelliği esas alarak; kalite güvencesi sistemimizin tüm süreçlerini tanımlamak, uygulamak ve sürekli iyileştirmek için etkin mekanizmalar geliştirmek, kalite kültürünü kurumsal yapıya entegre ederek sürdürülebilirliğini sağlamaktır.

Vizyon

Kurumsal iletişim alanında yenilikçi, sürdürülebilir ve katılımcı iletişim stratejileri geliştirerek, Antalya Belek Üniversitesi'nin ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığını artırmak ve yükseköğretim kurumları arasında örnek gösterilen bir iletişim yönetimi modeli oluşturmaktır

B. Yetki, Görev ve Sorumluluklar

- Kurumsal iletişim politikalarını oluşturmak ve uygulamak
- Basın ve medya ilişkilerini yürütmek
- Dijital medya ve sosyal medya hesaplarını yönetmek
- Kurumsal kimlik standartlarını belirlemek ve uygulanmasını sağlamak
- Tanıtım materyallerini hazırlamak
- Etkinlik, organizasyon ve törenlerde iletişim süreçlerini yürütmek

C. Birime İlişkin Bilgiler

1- Fiziksel Yapı

Yerleşke	Bina adı	Birimi	Kapalı alan m ²	Fonksiyonu
ANTALYA KADRIYE	ANTALYA BELEK ÜNİVERSİTESİ	KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM		İDARİ

Akademik-İdari Personel Hizmet Alanları			
	Ofis Sayısı	Kapalı alan (m ²)	Kullanan Sayısı
Akademik Personel Çalışma Ofisi			
İdari Personel Çalışma Ofisi			
Toplam	1		3

Toplantı ve Konferans Salonları		
	Sayı	Alan(m ²)
Toplantı	1	
Konferans	1	
Toplam	2	

2-Organizasyon Şeması



3- Teknoloji ve Bilişim Altyapısı

3.1. Bilgisayarlar

Cinsi	Sayı
Tümleşik Bilgisayar (all in one)	1
Bilgisayar Monitörü	3
Bilgisayar Kasası	3

Taşınabilir Bilgisayar	2
Tablet	0
Diğer...	1
Toplam	9

3.2. Yazılımlar

Yazılım	Açıklama
EBYS (Elektronik Belge Yönetim Sistemi):	Kurum içi ve kurum dışı resmi yazışmaların elektronik ortamda güvenli, hızlı ve izlenebilir şekilde yürütülmesini sağlar.
Adobe Creative Cloud (Photoshop, Illustrator, Premiere Pro vb.):	Kurumsal kimliğe uygun görsel, video ve dijital tasarım çalışmalarının hazırlanmasında kullanılmaktadır.
Sosyal Medya Yönetim Araçları (Meta Business Suite vb.)	Üniversitenin sosyal medya hesaplarının planlanması, içerik paylaşımı, etkileşim
Microsoft Office Programları (Word, Excel, PowerPoint)	Raporlama, sunum hazırlama, veri takibi ve yazılı dokümantasyon süreçlerinde aktif olarak kullanılmaktadır.
Kurumsal Web Yönetim Sistemi (CMS)	Üniversitenin resmi web sitesinde haber, duyuru ve etkinlik içeriklerinin güncellenmesi ve yayınlanması amacıyla kullanılmaktadır.

3.4. Diğer Bilgi ve Teknolojik Kaynaklar

Teknolojik Kaynaklar	
Telefon Hat Sayısı	1
Telefon Cihaz Sayısı	1
Projeksiyon	
Slayt makinesi	
Tepegöz	
Episkop	
Barkot Okuyucu	
Baskı makinesi	
Fotokopi makinesi	1

Yazıcı makinesi	
Faks	
Fotoğraf makinesi	1
Kameralar	3
Televizyonlar	
Tarayıcılar	
Müzik Setleri	
Mikroskoplar	
Diğer ... (Açıklama Yapınız)	

3.5. Birimdeki kayıtlı bulunan taşınabilir birim envanteri (masa, keson, dolap vb.)

	Cinsi	Sayısı
1	MİKROFON- HOLLYLAND	1
2	HARD DİSK-WD	1
3	FLAŞ-DİSK	1
4	SONY FOTOĞRAF MAKİNESİ	1
5	CANON FOTOĞRAF MAKİNESİ	1
6	SONY VİDEO MAKİNESİ	1
7	DJI DRON	1
8	ZOOM- SES KAYITÇISI	1
9	SONY-KART OKUYUCU	1
10	SANDISK- SD KART	1
11	KIRMIZI KAFA IŞIK	1
12	BENRO ÇANTA	1
13	GOPRO AKSİYON KAMERA	1
14	BENRO TRİPOD	1
15	REFLEKTOR	1
TOPLAM	15	15

Unvanlar İtibari ile İdari Personel Sayısı			
Unvanı	Kadroların Doluluk Oranına Göre		
	2022		
	Dolu	Boş	Toplam
MÜDÜR	1		1
UZMAN	1		1
UZMAN	1		1
Toplam	3		3

İdari Personelin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı					
	İlköğretim	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yük. Lisans ve Doktora
Kişi Sayısı				3	
Yüzde %					

İdari Personelin Hizmet Süresine Göre Dağılımı						
	1-5 Yıl	6-10 Yıl	11-15 Yıl	16-20 Yıl	21-25 Yıl	26 Yıl ve Üzeri
Kişi Sayısı	3					
Yüzde %						

İdari Personelin Yaş İtibariyle Dağılımı						
	20-25 Yaş	26-30 Yaş	31-35 Yaş	36-40 Yaş	41-50 Yaş	51- Üzeri
Kişi Sayısı	2		1			
Yüzde						

Personelin Cinsiyete Göre Dağılımı		
	Kadın	Erkek
Kişi Sayısı	1	2
Yüzde %		

5.2. İdari Hizmetler

Kurumsal İletişim ve Tanıtım Birimi, faaliyet yılı boyunca üniversitemizin akademik ve idari birimleri tarafından düzenlenen etkinlik, organizasyon ve kurumsal faaliyetlere yönelik idari ve iletişim destek hizmetlerini yürütmüştür. Bu kapsamda, üniversite genelinde gerçekleştirilen tören, toplantı, konferans, sempozyum, panel, açılış, özel gün ve haftalara ilişkin organizasyon süreçlerine katkı sağlanmıştır.

Birim tarafından sunulan idari hizmetler kapsamında;

- Üniversite bünyesinde düzenlenen etkinliklerde **sunuculuk (program akışı yönetimi)** hizmeti verilmiş, tören ve organizasyonların kurumsal kimliğe uygun şekilde yürütülmesi sağlanmıştır.
- Etkinliklerin **fotoğraf ve video çekimleri** gerçekleştirilerek kurumsal arşiv oluşturulmuş, tanıtım ve bilgilendirme amaçlı görsel içerikler üretilmiştir.
- Etkinlik öncesi ve sonrası süreçlerde **program akışı, protokol düzeni, sahne ve görsel düzenlemeler** konusunda ilgili birimlerle koordinasyon sağlanmıştır.
- Akademik ve idari birimlerden gelen talepler doğrultusunda **kurumsal duyuru, afiş, davetiye ve dijital içeriklerin hazırlanmasına** destek verilmiştir.

- Üniversite yönetimi tarafından talep edilen organizasyonlarda **kurumsal temsil ve iletişim koordinasyonu** sağlanarak etkinliklerin düzenli ve planlı şekilde gerçekleştirilmesine katkı sunulmuştur.
- Kurumsal etkinliklere ilişkin içerikler, üniversitenin **resmî web sitesi ve sosyal medya hesaplarında** yayımlanmak üzere hazırlanmış ve paylaşılmıştır.

Yürütülen tüm idari hizmetlerde; kurumsal kimlik, temsil, şeffaflık ve koordinasyon ilkeleri esas alınarak üniversitenin kurumsal itibarının güçlendirilmesi hedeflenmiştir.

II- AMAÇ ve HEDEFLER

Stratejik Amaçlar:

- Üniversitenin ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığını artırmak,
- Kurumsal kimlik ve itibarı güçlendirmek,
- İç iletişimi güçlendirerek kurumsal aidiyet duygusunu artırmak,
- Dijital iletişim ve medya kanallarını etkin ve sürdürülebilir biçimde yönetmek,
- Akademik ve idari faaliyetlerin kamuoyuna doğru, hızlı ve şeffaf şekilde aktarılmasını sağlamak.

Stratejik Hedefler:

- Dijital medya görünürlüğünü ve etkileşim oranlarını artırmak,
- Kurumsal etkinliklerin planlı ve bütüncül bir iletişim stratejisiyle duyurulmasını sağlamak,
- Basın ve medya ile ilişkileri sistematik hale getirmek,
- Kurumsal yayınların (dergi, bülten, web içerikleri vb.) niteliğini ve erişimini artırmak,
- Tanıtım faaliyetlerinde kurumsal kimlik standartlarına uyumu sağlamak.

Faaliyet Yılı Öncelikleri:

Faaliyet yılı içerisinde Kurumsal İletişim Birimi tarafından öncelik verilen temel hususlar şunlardır:

- Üniversitenin stratejik planı ve kalite güvence sistemiyle uyumlu iletişim faaliyetlerinin yürütülmesi,
- Dijital platformlar (web sitesi, sosyal medya hesapları) üzerinden düzenli ve etkili içerik üretimi,
- Akademik, kültürel ve sosyal etkinliklerin görünürlüğünün artırılması,
- Öğrenci, mezun ve dış paydaşlara yönelik tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin güçlendirilmesi,
- Kurumsal etkinlik, tören ve organizasyonlarda iletişim ve protokol süreçlerinin etkin şekilde yönetilmesi,
- Kurumsal yayın ve görsel materyallerin güncel, tutarlı ve erişilebilir hale getirilmesi.

A) Temel Politikalar ve Öncelikler

Kurumsal İletişim Birimi faaliyetlerini aşağıda belirtilen temel ilke ve politikalar çerçevesinde yürütmektedir:

- **Şeffaflık:** Tüm iletişim süreçlerinde doğru ve açık bilgilendirme esas alınır.
- **Tutarlılık:** Kurumsal kimlik ve mesajlarda bütünlük sağlanır.
- **Güvenilirlik:** Paylaşılan bilgi ve içeriklerin doğruluğu ve güncelliği gözetilir.
- **Katılımcılık:** İç ve dış paydaşların görüş ve beklentileri dikkate alınır.
- **Erişilebilirlik:** İletişim kanallarının herkes için ulaşılabilir olması sağlanır.
- **Sürdürülebilirlik:** Kurumsal iletişim faaliyetleri uzun vadeli planlama anlayışıyla yürütülür.
- **Kalite Odaklılık:** Tüm çalışmalar kalite güvence sistemi ve sürekli iyileştirme yaklaşımıyla ele alınır.

B) Birim Stratejik Amaç ve Hedefler

Stratejik Amaçlar	Stratejik Hedefler
Kurumsal tanınırlığı ve marka bilinirliğini artırmak	Ulusal ve yerel basın organlarında üniversite faaliyetlerine yönelik düzenli ve planlı medya görünürlüğü sağlamak.
	Ulusal ve yerel basın organlarında üniversite faaliyetlerine yönelik düzenli ve planlı medya görünürlüğü sağlamak.
	Akademik, kültürel ve sosyal faaliyetlerin hedef kitlelere etkin şekilde duyurulmasını sağlamak.
	Üniversitenin ulusal ve uluslararası platformlarda bilinirliğini artıracak iletişim ve tanıtım faaliyetlerini çeşitlendirmek.
Kurumsal tanıtımı güçlendirmek	Öğrenci adayları, öğrenciler, mezunlar ve dış paydaşlara yönelik tanıtım faaliyetlerini planlı ve sürdürülebilir hale getirmek.
	Tanıtım materyallerinin (basılı ve dijital) içerik ve tasarım kalitesini artırmak.
	Fuar, tanıtım günleri, etkinlikler ve organizasyonlarda kurumsal temsil gücünü artırmak.
	Kurumsal yayınların (dergi, bülten, katalog vb.) erişilebilirliğini ve görünürlüğünü artırmak.
İç iletişimi güçlendirmek	Akademik ve idari personel arasında etkin, hızlı ve doğru bilgi akışını sağlamak.
	Kurumsal aidiyet ve motivasyonu artırmaya yönelik iç iletişim faaliyetlerini geliştirmek.
	Kurumsal duyuru, bilgilendirme ve etkinlik iletişim süreçlerini standartlaştırmak.

	İç paydaşlardan geri bildirim alınmasını sağlayacak iletişim kanallarını etkinleştirmek.
Kurumsal kimlik bütünlüğü sağlamak	Kurumsal kimlik kılavuzuna uygun iletişim ve tanıtım materyallerinin kullanımını yaygınlaştırmak.
	Tüm birimlerde kullanılan görsel ve yazılı materyallerde kurumsal kimlik standartlarını sağlamak.
	Kurumsal iletişim dilinde tutarlılık ve bütünlüğü güçlendirmek.

C) Diğer Hususlar

Kurumsal İletişim Birimi, faaliyet yılı içerisinde stratejik amaç ve hedefler dışında kalan ancak kurumsal işleyiş açısından önem arz eden çeşitli çalışmaları da yürütmüştür. Bu kapsamda; üniversitenin kurumsal temsilini güçlendirmeye yönelik protokol, tören ve organizasyon süreçlerine destek sağlanmış; akademik ve idari birimlerle koordinasyon içinde iletişim ve tanıtım faaliyetleri yürütülmüştür.

Ayrıca, kriz ve olağanüstü durumlarda kurumsal bilgilendirme süreçlerinin etkin şekilde yönetilmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirilmiş; iç ve dış paydaşlara yönelik bilgilendirme faaliyetlerinde hızlı ve doğru iletişim anlayışı benimsenmiştir. Birim tarafından yürütülen tüm faaliyetlerde kalite güvencesi, sürekli iyileştirme ve mevzuata uygunluk esas alınmıştır.

Kurumsal İletişim Birimi, değişen iletişim dinamikleri doğrultusunda dijitalleşme ve yenilikçi iletişim yaklaşımlarını takip ederek kurumsal iletişim süreçlerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalarını sürdürmüştür.

Sosyal ve Kültürel Faaliyet Bilgileri

Etkinlikler	
Etkinlik Bilgileri	Fotoğraf (1 adet yeterlidir)
Birim Adı: KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM Etkinlik Adı: SERİKSPOR SPONSORLUK ANLAŞMASI Etkinlik Türü (Sosyal, Kültürel, Bilimsel vb): SOSYAL Etkinlik Tarihi: 9 EKİM 2025	

Birim Adı: KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM
Etkinlik Adı: OUTDOOR FACTORY SPONSORLUK
ANLAŞMASI
Etkinlik Türü (Sosyal, Kültürel, Bilimsel vb): SOSYAL
Etkinlik Tarihi: 20 EKİM 2025



Birim Adı: KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM
Etkinlik Adı: 18 MART ÇANAKKALE ZAFERİ
Etkinlik Türü (Sosyal, Kültürel, Bilimsel vb): SOSYAL
Etkinlik Tarihi: 20 EKİM 2025



Birim Adı: KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM
Etkinlik Adı: BAYRAMLAŞMA
Etkinlik Türü (Sosyal, Kültürel, Bilimsel vb): SOSYAL
Etkinlik Tarihi: 1 MART 2025



Birim Adı: KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM
Etkinlik Adı: MEZUNİYET TÖRENİ
Etkinlik Türü (Sosyal, Kültürel, Bilimsel vb): SOSYAL
Etkinlik Tarihi: 14 HAZİRAN



Birim Adı: KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM
Etkinlik Adı: 15 TEMMUZ
Etkinlik Türü (Sosyal, Kültürel, Bilimsel vb): SOSYAL
Etkinlik Tarihi: 15 TEMMUZ



Birim Adı: KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM
Etkinlik Adı: AKADEMİK YIL AÇILIŞ TÖRENİ
Etkinlik Türü (Sosyal, Kültürel, Bilimsel vb): KÜLTÜREL
Etkinlik Tarihi: 29 EYLÜL



Birim Adı: KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM
Etkinlik Adı: 24 KASIM ÖĞRETMENLER GÜNÜ
Etkinlik Türü (Sosyal, Kültürel, Bilimsel vb): KÜLTÜREL
Etkinlik Tarihi: 24 KASIM



Birim Adı: KURUMSAL İLETİŞİM VE TANITIM
Etkinlik Adı: YILBAŞI ETKİNLİĞİ
Etkinlik Türü (Sosyal, Kültürel, Bilimsel vb): SOSYAL
Etkinlik Tarihi: 29 ARALIK



2. Birim Stratejik Plan Değerlendirme Tabloları

Hedef Kartı 1					
Amaç 1	Kurumsal tanınırlığı ve marka bilinirliğini artırmak				
Hedef 1.1	Üniversitenin dijital medya görünürlüğünü artırarak web sitesi ve sosyal medya platformlarında erişim ve etkileşim oranlarını yükseltmek.				
Amacın İlgili Olduğu Program/Alt Program Adı	Kurumsal İletişim ve Tanıtım Programı				
Amacın İlişkili Olduğu Alt Program Hedefi	Dijital iletişim kanallarının etkin ve sürdürülebilir şekilde yönetilmesi				
H 1.1. Performansı	(PG1.1.1 Performansı X Hedefe Etkisi) + (PG1.1.2 Performansı X Hedefe Etkisi)				
Performans Göstergesi	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri (A)	İzleme Dönemi Yılsonu Hedeflenen Değer (B)	İzleme Dönemindeki Gerçekleşme Değeri (C)	Performans (%) (C-A)/(B-A)
P.G.1.1.1	60	%4	%8	%7	%75
PG 1.1.2	40	120.000	180.000	165.000	%75
Hedefe İlişkin Değerlendirmeler					
Faaliyet yılı içerisinde üniversitenin dijital iletişim kanallarında düzenli ve planlı içerik üretimi gerçekleştirilmiş, sosyal medya ve web sitesi görünürlüğü artırılmıştır. Performans göstergeleri incelendiğinde hedeflenen değerlere büyük ölçüde yaklaşıldığı ve Hedef 1.1 kapsamında öngörülen faaliyetlerin etkili şekilde yürütüldüğü görülmektedir. İzleme döneminde elde edilen sonuçlar, dijital iletişim stratejisinin sürdürülebilir şekilde geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.					

Hedef Kartı 1	
Amaç 1	Kurumsal tanınırlığı ve marka bilinirliğini artırmak
Hedef 1.1	Akademik, kültürel ve sosyal faaliyetlerin hedef kitlelere etkin şekilde duyurulmasını sağlamak.

Amacın İlgili Olduğu Program/Alt Program Adı	Kurumsal İletişim ve Tanıtım Programı				
Amacın İlişkili Olduğu Alt Program Hedefi	Kurumsal etkinliklerin iletişim ve görünürlük düzeyinin artırılması				
H 1.1. Performansı	(PG1.1.1 Performansı X Hedefe Etkisi) + (PG1.1.2 Performansı X Hedefe Etkisi)				
Performans Göstergesi	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri (A)	İzleme Dönemi Yılsonu Hedeflenen Değer (B)	İzleme Dönemindeki Gerçekleşme Değeri (C)	Performans (%) (C-A)/(B-A)
P.G.1.1.1	50	40	90	85	%90
PG 1.1.2	50	6000	12.000	11.000	%83
Hedefe İlişkin Değerlendirmeler					
Faaliyet yılı boyunca basın bültenleri ve medya bilgilendirme çalışmaları düzenli şekilde yürütülmüş, üniversitenin yerel ve ulusal basındaki görünürlüğü artırılmıştır. Hedeflenen değerlere büyük ölçüde ulaşılmış olup, medya ilişkilerinin planlı yürütülmesinin olumlu sonuç verdiği değerlendirilmiştir.					
Hedef Kartı 1					
Amaç 1	Kurumsal tanınırlığı ve marka bilinirliğini artırmak				
Hedef 1.1	Akademik, kültürel ve sosyal faaliyetlerin hedef kitlelere etkin şekilde duyurulmasını sağlamak.				
Amacın İlgili Olduğu Program/Alt Program Adı	Kurumsal İletişim ve Tanıtım Programı				
Amacın İlişkili Olduğu Alt Program Hedefi	Kurumsal etkinliklerin iletişim ve görünürlük düzeyinin artırılması				
H 1.1. Performansı	(PG1.1.1 Performansı X Hedefe Etkisi) + (PG1.1.2 Performansı X Hedefe Etkisi)				
Performans Göstergesi	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri (A)	İzleme Dönemi Yılsonu Hedeflenen Değer (B)	İzleme Dönemindeki Gerçekleşme Değeri (C)	Performans (%) (C-A)/(B-A)
P.G.1.1.1	50	40	90	85	%90

PG 1.1.2	50	6.000	12.000	11.000	%83
Hedefe İlişkin Değerlendirmeler					
Faaliyet yılı içerisinde akademik ve sosyal etkinliklere ilişkin duyuru ve tanıtım faaliyetleri zamanında ve planlı şekilde yürütülmüş, hedef kitlelere erişim önemli ölçüde artırılmıştır. Performans göstergeleri, etkinlik iletişim süreçlerinin etkili olduğunu ve kurumsal tanınırlığa katkı sağladığını göstermektedir.					

3. Performans Bilgi Sisteminin Değerlendirilmesi

Faaliyet yılı içerisinde akademik ve sosyal etkinliklere ilişkin duyuru ve tanıtım faaliyetleri planlanan takvim doğrultusunda ve zamanında gerçekleştirilmiş, hedef kitlelere erişim düzeyi belirgin biçimde artırmıştır. İzleme dönemine ilişkin performans göstergeleri incelendiğinde, etkinlik iletişim süreçlerinin etkin bir şekilde yürütüldüğü ve söz konusu faaliyetlerin üniversitenin kurumsal tanınırlığının artırılmasına olumlu katkı sağladığı değerlendirilmektedir.

IV- KURUMSAL KABİLİYET ve KAPASİTENİN DEĞERLENDİRİLMESİ

A- Üstünlükler

Kurumsal İletişim Biriminin stratejik plan çalışmaları kapsamında belirlenen güçlü yönleri doğrultusunda, faaliyet yılı içerisinde önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. Dijital iletişim kanallarının etkin kullanımı sayesinde üniversitenin görünürlüğü artırılmış, sosyal medya ve web sitesi üzerinden yürütülen planlı içerik üretimi ile hedef kitlelere düzenli ve zamanında erişim sağlanmıştır.

Birimler arası koordinasyonun güçlendirilmesiyle akademik ve idari faaliyetlerin duyuru süreçleri daha sistematik hale getirilmiş; kurumsal etkinlik, tören ve organizasyonlarda iletişim ve protokol süreçleri başarıyla yürütülmüştür. Ayrıca, kurumsal kimlik standartlarına uygun görsel ve yazılı materyal üretiminde süreklilik sağlanarak kurumsal temsil gücü artırılmıştır.

B- Zayıflıklar

Birim içi analizler sonucunda, faaliyet yılı başında insan kaynağı ve iş yükü dengesi açısından sınırlılıklar tespit edilmiştir. Artan iletişim ve tanıtım faaliyetlerine paralel olarak içerik üretimi ve izleme-değerlendirme süreçlerinde zaman yönetimine ilişkin iyileştirme ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

Ayrıca, performans ölçümüne yönelik nicel veri üretiminde ve raporlama altyapısında standartlaşma gereksinimi belirlenmiş; bu kapsamda ölçme ve değerlendirme süreçlerinin daha sistematik hale getirilmesi gerektiği değerlendirilmiştir.

C- Değerlendirme

Faaliyet yılı içerisinde tespit edilen zayıf yönlerin giderilmesine yönelik olarak iş süreçleri gözden geçirilmiş, planlama ve önceliklendirme yaklaşımı güçlendirilmiştir. Dijital iletişim süreçlerinde veri takibi ve raporlama alışkanlığı artırılmış; performans göstergelerine dayalı izleme yaklaşımı benimsenmiştir.

Güçlü yönlerin sürdürülebilirliği sağlarken, zayıf yönlerle ilişkin alınan önlemlerle kurumsal iletişim faaliyetlerinin etkinliği artırılmıştır. Önümüzdeki dönemde, insan kaynağı kapasitesinin güçlendirilmesi, ölçme-değerlendirme süreçlerinin geliştirilmesi ve kalite güvencesi odaklı yaklaşımın sürdürülmesi hedeflenmektedir.

V- ÖNERİ VE TEDBİRLER

Faaliyet yılı sonuçları değerlendirildiğinde, Kurumsal İletişim Birimi tarafından yürütülen iletişim ve tanıtım faaliyetlerinin üniversitenin kurumsal tanınırlığına ve marka bilinirliğine olumlu katkı sağladığı görülmektedir. Bununla birlikte, genel ekonomik koşullar, dijital iletişim alanındaki hızlı dönüşüm ve artan beklentiler dikkate alındığında, iletişim süreçlerinin daha etkin ve sürdürülebilir hale getirilmesine yönelik bazı değişiklik ve iyileştirme ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır.

Bu kapsamda, önümüzdeki dönemde dijital iletişim ve tanıtım faaliyetlerinde veri temelli planlama yaklaşımının güçlendirilmesi, performans ölçüm ve raporlama sistemlerinin geliştirilmesi ve içerik üretim süreçlerinin daha verimli hale getirilmesi planlanmaktadır. Ayrıca, kurumsal iletişim faaliyetlerinde kaynak kullanımının etkinliğini artırmaya yönelik olarak önceliklendirme ve iş süreçlerinin sadeleştirilmesi hedeflenmektedir.

Birim faaliyetlerinin yürütülmesi sürecinde karşılaşılabilecek başlıca riskler arasında; bütçe kısıtları, insan kaynağı yetersizliği, dijital platformlardaki hızlı değişim ve kriz durumlarında iletişim süreçlerinin yönetilmesine ilişkin zorluklar yer almaktadır. Bu risklere karşı alınması gereken tedbirler kapsamında; mevcut kaynakların etkin kullanımı, dijital iletişim alanında personel yetkinliklerinin artırılması, kriz iletişimine yönelik planlama ve senaryo çalışmalarının yapılması ve birimler arası koordinasyonun güçlendirilmesi öngörülmektedir.

Sonuç olarak, Kurumsal İletişim Birimi, faaliyet yılı kazanımlarını dikkate alarak, değişen koşullara uyum sağlayan, kalite güvencesi ve sürekli iyileştirme anlayışı çerçevesinde iletişim süreçlerini geliştirmeyi ve kurumsal hedeflere katkı sunmayı sürdürecektir.