



HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
İŞLETME FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ

Danışma Kurulu Toplantısı Tutanağı

08.12.2021

İstanbul

Sayın Bölüm Danışma Kurulu Üyeleri,

Haliç Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü olarak akademi-sektör işbirliğine önem veriyoruz. Bu çerçevede oluşturduğumuz ve sizin de katılımcısı olduğunuz Danışma Kurulu üyeleri ile eğitim-öğretim programımızı daha güncel ve sektörün ihtiyaçlarına uygun hale getirmek için 8 Aralık 2021 tarihinde saat 19.00'da Zoom toplantısı düzenliyoruz.

Danışma Kurulu ile ilk kez gerçekleştireceğimiz bu toplantıya katılmanızdan memnuniyet ve onur duyacağız. Sektör temsilcileri olarak sizlerin görüş ve önerilerine değer veriyoruz. Katkılarınızla daha da güçleneceğimize inanıyoruz. Toplantının akışı aşağıda sunulmaktadır.

Bilgilerinize arz ederiz.

TOPLANTININ GÜNDEMİ

1. Açılış Konuşması:

(Toplantının amacı, bu toplantıdaki akademik beklentinin ne olduğu)

2. Danışma Kurulu üyelerinin Alfabetik sırayla (Soyadı sırasına göre konuşması)

Danışma Kurulu üyelerinin 8 dönem -4 yıllık- eğitim-öğretim programındaki dersler ile bir halkla ilişkiler mesleğinde çalışanlardan bekledikleri ya da ihtiyaç duydukları, eksikliğini gördüğü konular, eklenmesini istediği dersler, çıkarılması gereken dersler üzerinde değerlendirmeleri önerileri

3. Bölümde çalışan akademik personelin görüş ve değerlendirmeleri

4. Danışma Kurulu üyelerinin görüşlerinin ve önerilerinin bir rapor haline getirilmesi

5. Dilekler ve kapanış

6.



HALIÇ ÜNİVERSİTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ

DANIŞMA KURULU TOPLANTI TUTANAĞI

Haliç Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü tarafından akademi-sektör işbirliğine verilen önem doğrultusunda düzenlenen Danışma Kurulu Toplantısı 8 Aralık 2021 Çarşamba günü saat 19:00'da Zoom platformu üzerinden dokuz konuşmacının katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Halkla ilişkiler sektörü profesyonelleri, ajans ve medya temsilcileri ile iletişim eğitimi alanından uzmanların oluşturduğu Danışma Kurulu'nun öneri ve katkılarının alındığı toplantı iki saat sürmüş ve aşağıda yer alan öneriler ön plana çıkmıştır:

- Halkla ilişkiler alanında yaşanan gelişmeler doğrultusunda bölüm müfredatının yanı sıra akademisyenlerin ve öğrencilerin devamlı olarak güncel olanı yakalaması gerekliliği.
- "Purpose" merkezli bir yaklaşım ve buna bağlı faaliyetlerin, halkla ilişkiler sektöründe belirleyici bir tema ve sözcük haline gelmiş olması; bu nedenle gerek müfredatın gerekse uygulamalı eğitim içeriğinin bu çerçeveyi özümsemesi.
- Influencer pazarlama ve iletişim süreçlerinin; halkla ilişkiler, pazarlama ve reklamcılık faaliyetlerini belirleyen en önemli ve güncel biçim haline geldiği vurgulanarak bu temayı ve içeriği (content) merkeze alan bir dersin önerilmesi.
- Öğrencilerin okula girdikleri andan itibaren hem deneyim kazanmak hem de sosyal sorumluluk ve gönüllülük gibi yönlerini geliştirmek adına yarı zamanlı olarak halkla ilişkiler alanında faaliyet gösteren kurumlarda deneyim kazanmaları; bu çerçevede iki Danışma Kurulu üyesinden gelen deneyim kazandırma ve istihdam önerisi.
- İletişim Araştırmaları Derneği'ne (İLAD) yapılacak akreditasyon başvurusu doğrultusunda, geçmişte İLAD bünyesinde değerlendirme süreçlerinde bulunmuş üyeler tarafından yapılan, özellikle İLEDAK ölçütlerindeki temel kıstaslara uyumu merkeze alan önerilerin üzerinde durulması.
- Bölümün sanal yahut fiziksel bir iş ortamını veya uygulama ajansı gibi bir modeli hayata geçirmesi gerekliliğinin vurgulanması ve bunun için gerek kurum içi gerekse kurum dışı paydaşların desteğine başvurulması, eş zamanlı

olarak öğrencilerin yabancı dil kabiliyetinin ve inovatif bakış açılarının güçlendirilmesi.

Bölüm Başkanımız [REDACTED] yapılması planlanan müfredat değişikliğinden, mevcut müfredattan ve uygulama derslerine dair hedeflerden söz ederek gerçekleştirdiği açılış konuşmasının ardından alfabetik soyisim sırasına göre üyeler söz almış ve görüşlerini dile getirmiştir. Yukarıda paylaşılan temalar çerçevesinde toplantıda dile getirilen ve bölümümüz tarafından hayata geçirilmesi için çalışmaların başlatıldığı hususlar şu şekildedir:

Müfredatın Güncelliği ve Yeni Ders Önerileri

Bölüm müfredatı için hâlihazırda yürütülmekte olan çalışmalar bulunmakla birlikte bu toplantı, sektörde ve genel olarak halkla ilişkiler alanında yaşanan gelişmelere ve güncel kavram ve tartışmalara dair bir müzakere ortamı sağlamıştır. Bu doğrultuda dile getirilen hususlardan birisini akademi-sektör uyumu oluşturmaktadır. Toplantıdaki ilk konuşmacı olan Marketing Türkiye Haber Müdürü üyemiz [REDACTED] üniversitedeki müfredatın sektörle uyumadığını belirterek; aslında sektörde genç ve yetenekli PR'cılara ihtiyaç bulunduğunu, ancak üniversitelerin bu ihtiyacı karşılayamadıklarını dile getirmiştir. Bu durumu da Influencer pazarlama ve Metaverse gibi konuların artık sektörde konuşulur olmasından, ancak bu hususların akademideki eksikliği üzerinden örneklendirmiştir.

Influencer pazarlama ve Metaverse gibi güncel konuların dışında halkla ilişkiler alanının güncel durumunu ve geldiği yeri tarif eden bir başka kavram olarak “purpose” ve “purpose agency” faaliyetinden söz edilmiştir. Marjinal Porter Novelli Ajansı Genel Müdürü [REDACTED] bu faaliyet türüne dair önerisi özellikle Z Kuşağı açısından “topluma ne katıldığının hissettirilmesi” hususudur. Öğrencilerin sosyal sorumluluk ve gönüllülük duygularını da geliştirmesine de katkıda bulunması beklenen bu kavramın da müfredatta kendisine yer bulması teklif edilmiştir.

Borusan Otomotiv A.Ş. Yönetim Kurulu üyesi [REDACTED] ve EGS ve Denizli Serbest Bölge Yönetim Kurulu Başkanı [REDACTED] müfredata dair dikkat çektikleri noktalar ise geçmişteki ve günümüzdeki ders içerikleri arasındaki farklılıklar ile uygulamalı eğitim üzerinedir. [REDACTED] öğrenci olduğu dönemde gördüğü dersler

arasında hukuk, folklor gibi alanlar bulunduğunu ama günümüzde bu konulara müfredatta yer verilmediğini dile getirerek, bunun tartışılabileceğini dile getirmiş ve birinci sınıfta işletme merkezli derslerin varlığını desteklemiştir. [REDACTED] ise Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun olup işe başladığında okulda duyduğu şeyleri yapamadığını, bu nedenle pratik olmadan sonuç alınmadığını ifade etmiştir. [REDACTED] bilhassa kriz yönetimi konusunda belirli örneklerin derslere dâhil edilmesini ve öğrencilere gösterilmesini; [REDACTED] ise dijital teknolojinin, yabancı dil yetkinliğinin ve inovasyona dair pratik uygulamaların müfredata eklenebileceğini önermişlerdir.

İLAD'ta akreditasyon süreçlerinde bulunmuş olan Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) Onursal Üyesi ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Medya ve İletişim Meclisi Başkan Yardımcısı üyemiz [REDACTED] sürdürülebilirlik kavramının en önemli çalışma alanlarından birisi haline geldiğini ifade etmiştir. Üyemiz bunun yanı sıra gençlerin insan faktörü ve bilhassa bireysel etik üzerinde çalışması gerektiğini, Birleşmiş Milletler'in 17 ilkesinden hareketle iş dünyasının planlarını bu ilkeler üzerine kurduğunu aktararak, iletişim alanının ve akademisyenlerinin de kendini bu koşullara göre hazırlaması gerektiğini belirtmiştir. Yine yapay zekâ, dijitalleşme ve benzeri hususların getirilerini ve diğer yapıların arka planını anlayacak iletişimlere ihtiyaç bulunduğu vurgulanmıştır.

İLAD deneyimini aktaran bir başka üyemiz olan İLAD Başkan Yardımcısı Dr. [REDACTED] "donanımlı öğrenci ve mezun"a vurguda bulunarak ülkenin siyasi tarihini bilmenin önem kazandığını, bunun dışında ön plana çıkan konunun teknoloji olduğunu ve üretim modelinin hızla değiştiğini hatırlatmıştır. Bu çerçevede teknolojinin üretim mantığını öğretmek gerektiği ve bunun için mühendislik fakülteleriyle, tüketicinin dışında üretmeye de dönük bir işbirliğinin zaruri olduğu ifade edilmiştir. [REDACTED] müfredat konusunda üzerinde durduğu bir başka husus yabancı dil meselesine ek olarak etik konusudur. Teknolojideki hız göz önüne alındığında bu konunun daha çok öne çıktığını belirten üyemiz, haberin üretimi ve dezenformasyona değinerek bu konuda ders sayısının artırılabilirliğini belirtmiştir. Fakülte dışı ve üniversite seçmeli en az iki derse ek olarak, İş Sağlığı ve Güvenliği dersi bir başka önerilen derstir.

Publicis İstanbul Müşteri İlişkileri Direktörü olan üyemiz [REDACTED] ise müfredat konusunda olumlu bir yaklaşım getirmekle birlikte hayat çok hızlı aktığı için güncel olanı takip etmenin bir zorunluluk olduğunu belirtmiştir. Bu çerçevede bir yeni medya dersinin gerekli olduğunu ve bunun Influencer iletişimi merkezli olabileceğini önermiştir. Yine bu dersin çatısının “entertainment”a dayanabileceği belirtilerek, kurumların kendi içeriklerini yapmalarına vurguda bulunulmuştur. Uyar’ın önerdiği diğer dersler arasında öğrencilerin bir ajansta hangi birimin ne yaptığını öğrenmesi açısından “Kurum Kültürü/Ajans Kültürü”, “araştırma-data” dersi yer almaktadır. 2019 mezunumuz olan ve hâlihazırda MindBehind firmasında çalışan üyemiz Duygucan Yılmaz ise sosyal medyayı ve kurumların buna yaklaşımları içeren bir dersin yanında global olana ağırlık verecek, son gelişmelerden haberdar olmayı sağlayacak bir dersin varlığının kendini gerektirdiğini ifade etmiştir. Üyemizin bir başka önerisi halkla ilişkiler-psikoloji-yapay zekâ ilişkisinin yanı sıra öğrencilerin kendini tanıması ve içerik üzerinden uygulamada bulunabilecekleri bir ders yönündedir.

Hâlihazırda bölümümüzde “İletişim Danışmanlığı” dersini vermekte olan Öğretim Görevlisi ve GTC İletişim Müşteri İlişkileri Direktörü [REDACTED] ise sektördeki insanların kurumda daha fazla ders vermesi önerisinde bulunmuştur. Bu öneri ile birlikte bir başka üyemiz [REDACTED] şirketlerin içinde bulundukları yoğunluk nedeniyle fakülte ile iletişim açısından iyi niyetle verilen sözleri tutamadıklarını not düşmüştür.

Müfredat konusunda ön plana çıkan bir diğer başlığı ise dil bilgisi kabiliyeti ve iletişimdeki mecra çeşitliliği oluşturmıştır. [REDACTED] “purpose” meselesinin ön planda olduğunu belirterek, bunun halkla ilişkiler alanını yeniden tanımlamayı gerektiren bir konu olduğunu ve üniversitemizin bunun öncüsü olabileceğini ifade etmiştir. Asuman Bayrak da iletişim planları ve stratejilerinin bu kavram üzerinde kurulduğunu ifade ederek meselenin içeriğin nasıl oluşturulup dönüştürülebileceği olduğunu eklemiştir. Yeni PR tanımı tartışması bu konuyla ilgili olarak ön plana çıkarken bir başka üyemiz [REDACTED] da mecra farkını ve her bir mecraya özel iletişimi anımsatmış, tüm markaların her bir yeni medya platformunu farklı farklı kullandığını örnek olarak dile getirmiştir. Bu hususlarla birlikte dil bilgisinde yaşanan

aşınmanın yarattığı kaygılardan da söz edilmiştir. [REDACTED] bu konunun önemini vurgulayarak kelimelerin anlamının bilinmesi gerektiğini, bu yüzden genel kültürün ve okumanın önemli olduğunu hatırlatmış ve haber yazma tekniklerine dikkat çekerek, bir sunum/haber yapıldığında gazetecilik nosyonuyla ilerlemek gerektiğini ifade etmiştir. Bir başka üyemiz [REDACTED] da bu öneriyi, sosyal medyanın bu konuda zarar vermesi ile örnekleyerek bir hikâye oluşturma pratiğinin kaybedilmesi ile açıklamıştır. Dolayısıyla hem dil bilgisi ve genel kültür yönünden zengin, hem de iletişim araçları ve mecralarını etkili kullanabilecek formasyonda öğrencilerin yetiştirilmesi gerektiği fikrinde mutabık kalınmıştır.

Öğrencilere Tecrübe Kazandırılması ve Uygulamalı Eğitim

Toplantıda üzerinde durulan bir başka konu, öğrencilerin henüz fakültedeyken halkla ilişkiler alanıyla ilgili deneyim kazanmasını sağlayacak önerilerin dile getirilmesidir. Bu konuya dikkat çeken üyemiz [REDACTED] öğrencilerin üniversiteye girer girmez yarı zamanlı olarak sektör hakkında deneyim kazanacak biçimde çalışmaları önerisinde bulunmuştur. Özellikle meraklı ve dert edinen öğrencilerden oluşacak 20 kişilik bir öğrenci grubunun ise kendi kurumunda çalışabileceği teklifini iletmıştır. Bu konuda dikkat çeken bir başka üyemiz Fügen Toksü ise, gençlerin gönüllülükle başlayarak iş hayatına girmeleri gerektiğini dile getirmiştir.

Deneyim konusunda öneri ve katkılarını paylaştan üyemiz [REDACTED] müfredatta öğretilen her şeyin öğrenim süresi içerisinde gösterilmesi halinde okunulanların daha iyi anlaşılabilceğini belirtmiş ve ABD’de bazı okulların öğrencilerini 1 yıl boyunca bir şirkette çalıştırarak, notlarını bunun üzerinden verdiklerini aktarmıştır. Bu çerçevede TOBB gibi dış paydaşlardan destek alınabileceğini, eğer destek sağlanamazsa fakültemizin de kendi bünyesinde sanal iş ortamı oluşturarak bunu sunabileceğini ifade etmiştir.

Deneyimi besleyen bir kaynak olarak öğrenci danışmanlığının önemine dikkat çeken bir başka üyemiz [REDACTED] ise bu konuda sektörden gelenlerin öğretim görevlisi olarak yardımcı olabileceklerine vurgu yapmıştır. Ayrıca uygulama

derslerinin somut hale getirilmesinin önem arz ettiğini belirtmiştir. Bir başka üyemiz olan [REDACTED] ise bir sanal ajans kurulabileceği, örneğin 2. ve 3. sınıflara bu kapsamda belli görevler verilebileceği önerisinde bulunmuştur. Ama bu yapılırken elbette okulun yaklaşımının önemli olduğunu ve bu tür projelerin desteklenmesi gerektiğini anımsatmıştır.

Akreditasyon Süreci

Yukarıda değinilen tüm hususlar, ayrı ayrı, İLAD'a yapılacak akreditasyon başvuru ile ilgili olarak gerekli görülen ölçütleri oluşturmaktadır. Bu konulara ek olarak daha önce İLAD çatısı altında akreditasyon başvuruları ile ilgili değerlendirme aşamasında görev almış olan üyemiz [REDACTED] halkla ilişkilerin bulunduğu mevcut durumdan karşılaştırmalı olarak söz ederek akreditasyon başvurularında ekonomi ve istatistik gibi derslerle karşılaşmadığını belirtmiş ve bu gibi derslerin müfredatlarda yer alması gerektiğini söylemiştir.

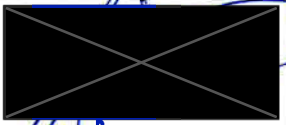
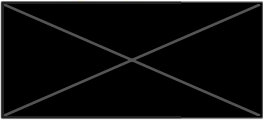
Akreditasyon başvurusundaki ölçütler üzerinden önerilerini getiren ve İLAD deneyimi olan bir başka üyemiz [REDACTED] ise akademik kadronun güçlü olması gerektiğini belirterek, bunun yeterli bilimsel araştırma yapmış olmayı da içerdiğini belirtmiştir. Öğretim üyelerinin projelerinin kurumları tarafından gördüğü destek, bölümün kontenjan doluluğu ve kaçınıcı sırada tercih edildiği gibi konular da Yaşar'ın değindiği diğer hususlardır. Erasmus, Farabi, Mevlana gibi öğrenci değişim programlarındaki uygulamaların öneminden de söz eden üyemiz, seçmeli ders havuzunun geniş olması gerektiğini, bu konuda bölümümüz iyi durumda olsa da devamlı güncellenmesi gerektiğini ve bunun iç paydaşlar kadar dış paydaşlarla da yapılması gerektiğini aktarmıştır.

Buraya dek dile getirilen hususlar çerçevesinde üyelerimiz, bölümümüz öğretim üyeleri ile öğretim görevlilerinin üzerinde uzlaştığı ve çalışmalara başlayacağı öneriler şunlardır:

- “Purpose Agency” ve Influencer iletişimi gibi güncel gelişmeler ışığında müfredatın güncellemeye açık olması,
- Kurum Kültürü, Yeni Medya, İçerik, Prodüksiyon ile İLAD ölçütlerinde yer alan derslerin açılması için gerekli ön çalışmaların yapılması,

- Öğrencilerin bölüme başladıkları andan itibaren gerek kurum içinde ajans veya sanal iş ortamı, gerekse kurum dışında sektör deneyimi kazandıracak yarı zamanlı çalışma gibi deneyim ve iş olanaklarının oluşturulması,
- Etik, sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik gibi hususların öğrenciler tarafından özümsemesi için ek çalışmalar yapılması ve gerek halkla ilişkiler gerekse iletişim alanıyla ilgili temel bilgi ve becerilerin kazandırılmasına dönük olarak eğitim ve inceleme komisyonları oluşturulması,
- Yabancı dil düzeyinin güncel gelişmeleri takip edecek ve öğrencileri sektöre hazırlayacak seviyeye getirilmesi için daha etkili çalışmalar yapılması,
- Dijitalleşmeye etkin bir biçimde katılabilmek adına mühendislik fakülteleriyle ortak çalışmaları da içerecek biçimde teknolojik üretim mantığının özümsemesini sağlayacak, teorik altyapısı güçlü bir eğitim modeli için çalışma yürütülmesi,
- Sektör ve akademi işbirliğini sürdürmek adına daha çok sayıda sektör profesyonelinin gerek ders verme, gerekse deneyim aktarımı için öğrencilerimizle buluşturulması.

DANIşMA KURULU ÜYELERİ (Alfabetik Soyisim Sırasıyla)	İMZA
 Marketing Türkiye Haber Müdürü	
 Marjinal Porter Novelli Ajansı Genel Müdürü	
 Emekli CEO – Borusan Otomotiv A.ř. Yönetim Kurulu Üyesi	
 GTC İletişim Müşteri İlişkileri Direktörü	
 TÜHİD Onursal Üyesi, TOBB Türkiye Medya ve İletişim Meclisi Břk. Yrd.	
 EGS ve Denizli Serbest Bölge Yönetim Kurulu Başkanı	
 Publicis İstanbul Müşteri İlişkileri Direktörü	
 İLAD (İletişim Araştırmaları Derneği) Başkan Yardımcısı	
 MindBehind – Senior Conversational AI Designer	

HALIÇ ÜNİVERSİTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ	İMZA
 Bölüm Başkanı	
 Öğretim Üyesi	
 Öğretim Üyesi	
 Öğretim Üyesi	
 Öğretim Elemanı	
 Öğretim Elemanı	



Sınıf Temsilcilik Seçimleri Hk.

OBS <obs@halic.edu.tr>

17.12.2021 Cum 16:35

Kime:



Bu E-Posta Danışmanınız tarafından gönderildi

Sevgili Öğrenciler,

Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü olarak öğrenciler ile bölümümüz arasında iletişimi sağlamak, güçlendirmek ve geliştirmenin yanı sıra eğiti-öğretim süreçlerinde de etkin rol oynamanıza önem veriyoruz.

Bunun için her sınıftan seçimle belirlenecek birer temsilci sizlerin görüş ve düşüncelerinizin aktarılmasında etkili olacaktır.

Bu konudaki süreç şöyle işleyecektir:

Her sınıftan adaylar 20 Aralık 2021 Pazartesi gününden itibaren Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Başkanlığı'na ıslak imzalı dilekçeyle başvurabileceklerdir. Başvurular 31 Aralık 2021 Cuma günü saat 12.00'ye kadar yapılabilecektir.

3 Ocak -9 Ocak 2022 tarihleri arasında başvuran adaylar arasından dijital ortamda yapacağınız oylamayla her sınıftan birer kişi temsilci olmak üzere toplam dört öğrenci seçilecektir.

Seçimlerin sonucu 11 Ocak 2022 tarihinde açılacaktır.

Seçimlerde aday olacaklara ve bu sürece oylarıyla katkıda bulunacak öğrenci arkadaşlara teşekkür ederiz.

Bu e-posta Proliz Üniversite Öğrenci İşleri Otomasyonu üzerinden gönderilmiştir. Bu e-posta adresine geri dönüş yapmayınız, gönderilen e-posta cevaplanmayacaktır.

Bu mesaj ve ekleri mesajda gönderildiği belirtilen kişi ya da kişilere özel olup gizli bilgiler içeriyor olabilir. Haliç Üniversitesi bu mesajın içeriği ve ekleri ile ilgili olarak hukuksal hiçbir sorumluluk kabul etmemektedir. Yetkili alıcılardan biri değilseniz, bu mesajın herhangi bir şekilde ifsa edilmesi, kullanılması, kopyalanması, yayılması veya mesajda yer alan hususlarla ilgili olarak herhangi bir işlem yapılmasının kesinlikle yasak olduğunu bildiririz. Böyle bir durumda lütfen hemen mesajın

Öğrenci Değerlendirme Anketi Hk. - Düzeltme

OBS <obs@halic.edu.tr>

17.12.2021 Cumı 16:58

Bu E-Posta 2. Danışmanınız tarafından gönderildi

Sevgili Öğrencilerimiz,

Sizlerin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümüyle ilgili görüş, değerlendirme ve önerilerinizle ilgili olarak bir anket düzenledik. Bu anketi dijital ortamda en fazla beş dakikada doldurabileceksiniz.

Vereceğiniz yanıtlar bölümümüz ve bölümümüzdeki akademisyenler açısından yol gösterici olacaktır.

7 Ocak 2022 Cuma gününe kadar atılımınızı bekliyoruz.

Anket linki aşağıdadır.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeA0dSU4rELGHIPaCgdL5buwv1K5UOnwxJjn3BI0HkPQBv0uQ/viewform?usp=sf_link

İyi günler dileriz.

Bu e-posta Proliz Üniversite Öğrenci İşleri Otomasyonu üzerinden gönderilmiştir. Bu e-posta adresine geri dönüş yapmayınız, gönderilen e-posta cevaplanmayacaktır.

Bu mesaj ve ekleri mesajda gönderildiği belirtilen kişi ya da kişilere özel olup gizli bilgiler içeriyor olabilir. Haliç Üniversitesi bu mesajın içeriği ve ekleri ile ilgili olarak hukuksal hiçbir sorumluluk kabul etmemektedir. Yetkili alıcılardan biri değilseniz, bu mesajın herhangi bir şekilde ifsa edilmesi, kullanılması, kopyalanması, yayılması veya mesajda yer alan hususlarla ilgili olarak herhangi bir işlem yapılmasının kesinlikle yasak olduğunu bildiririz. Böyle bir durumda lütfen hemen mesajın göndericisini bilgilendiriniz ve mesajı sisteminizden siliniz. İnternet ortamında gönderilen e-posta mesajlarındaki hata ve veya eksikliklerden veya viruslerden dolayı mesajın göndericisi ve veya Haliç Üniversitesi herhangi bir sorumluluk kabul etmemektedir. Teşekkür ederiz.

This message together with its attachments is intended solely for the address(es) and may contain confidential or privileged information. Haliç Üniversitesi does not accept any legal responsibility for