

İLETİŞİM DİREKTÖRLÜĞÜ 2024–2025 YILLIK FAALİYET RAPORU

İÇİNDEKİLER

- Üst Yönetici Sunuşu
- I. Genel Bilgiler
 - Misyon ve Vizyon
 - Yetki, Görev ve Sorumluluklar
- II. Amaç ve Hedefler
 - İdarenin Amaç ve Hedefleri
 - Temel Politikalar ve Öncelikler
- III. Faaliyetlere İlişkin Bilgi ve Değerlendirmeler
- IV. Kurumsal Kabiliyet ve Kapasitenin Değerlendirilmesi
 - Üstünlükler
 - Zayıflıklar
 - Değerlendirme
- V. Öneri ve Tedbirler

ÜST YÖNETİCİ SUNUŞU

İletişim, bir kurumun hem iç hem dış dünyaya açılan en güçlü penceresidir. Haliç Üniversitesi İletişim Direktörlüğü olarak, 2024–2025 yılı boyunca kurumsal kimliğimizi daha görünür kılmak, hedef kitlelerle etkili bağlar kurmak ve stratejik iletişimi güçlendirmek amacıyla birçok planlı faaliyeti başarıyla gerçekleştirdik. Bu rapor, söz konusu faaliyetlerin değerlendirilmesini ve gelecek döneme dair yol haritasını içermektedir.

I. GENEL BİLGİLER

A. Misyon ve Vizyon

Misyonumuz:

Üniversitenin akademik ve kültürel birikimini doğru, etkili ve yaratıcı iletişim stratejileriyle kamuoyuna aktararak kurumsal itibarı güçlendirmek.

Vizyonumuz:

Yükseköğretim alanında iletişim yönetimi konusunda örnek alınan, dijital dünyayla uyumlu ve genç kuşakla güçlü bağ kuran öncü bir iletişim birimi olmak.

B. Yetki, Görev ve Sorumluluklar

- Üniversite içi ve dışı tüm iletişim süreçlerinin koordinasyonu
- Basılı ve dijital tanıtım materyallerinin hazırlanması
- Sosyal medya yönetimi
- Medya planlama ve kampanya organizasyonları
- Kurumsal etkinliklerin iletişim desteği

II. AMAÇ VE HEDEFLER

A. İdarenin Amaç ve Hedefleri

- Kurumsal görünürlüğü artırmak
- Tercih ve tanıtım dönemlerini etkin planlamak
- Dijitalleşme süreçlerine uyum sağlamak
- Öğrenci ve paydaşlarla sürdürülebilir iletişim modelleri geliştirmek

B. Temel Politikalar ve Öncelikler

- Güvenilir, şeffaf ve hızlı bilgi akışı
- Öğrenci odaklı iletişim
- Yenilikçi içerik üretimi
- Kurumsal sadakate dayalı iletişim dili

III. FAALİYETLERE İLİŞKİN BİLGİ VE DEĞERLENDİRMELER

2024–2025 yılı boyunca planlanan 17 ana başlık altında çeşitli iletişim ve tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Bu faaliyetlerden öne çıkanlar:

- Web Sitesi Yenileme:** Ocak–Mayıs ayları arasında yenileme süreci tamamlanmış, kullanıcı dostu bir arayüzle yayına alınmıştır.
- SEO Çalışmaları:** Tüm yıl boyunca kesintisiz devam etmiş, arama motoru görünürlüğü artırılmıştır.
- Tanıtım Faaliyetleri:** Lise ziyaretleri, kampüs ağırlamaları, tercih fuarları ve TV programları dâhil olmak üzere çok sayıda tanıtım etkinliği düzenlenmiştir.
- Dijital Kampanyalar:** Kreatif içerikler geliştirilmiş; YouTube, Instagram ve TikTok mecralarında video ve reklam çalışmaları yapılmıştır.
- Sosyal Medya Yönetimi:** Yıl boyunca aktif sosyal medya yönetimi sürdürülerek etkileşim oranları yükseltilmiştir.

IV. KURUMSAL KABİLİYET VE KAPASİTENİN DEĞERLENDİRİLMESİ

A. Üstünlükler

- Tüm yıl boyunca sürdürülen kesintisiz içerik üretimi
- Öğrenciyle güçlü iletişim ve etkileşim
- Fuar, TV ve dijital kampanyalarla artan görünürlük

B. Zayıflıklar

- Ekip kapasitesinin zaman zaman yoğun kampanya dönemlerinde sınırlı kalması
- Basılı materyal üretim süreçlerinde dış tedarikçilere bağılılık

C. Değerlendirme

İletişim Direktörlüğü, planlanan faaliyetlerin büyük çoğunluğunu başarıyla gerçekleştirmiştir. Özellikle dijital ve sosyal medya alanında yüksek bir tempo yakalanmış, tercih döneminde geniş kitlelere erişim sağlanmıştır.

V. ÖNERİ VE TEDBİRLER

- Personel ve ekipman kapasitesinin artırılması
- Daha güçlü veri analizi ve raporlama sistemlerinin kurulması
- Video içerik üretim sürecine öğrenci katılımının teşvik edilmesi
- Kurum içi iletişim faaliyetlerinin güçlendirilmesi
- Mezun iletişiminin daha sistematik hale getirilmesi