

İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
2024 - 2025 EĞİTİM VE ÖĞRETİM YILI
KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRLÜĞÜ
FAALİYET RAPORU

İÇİNDEKİLER

Yönetici Sunuşu

1. Birim Yapısı

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

2. Sunulan Hizmetler

3. 2024-2025 Eğitim Öğretim Yılı Amaçlar ve Hedefler

4. 2024-2025 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. 2025-2026 Eğitim Öğretim Yılı Amaçlar ve Hedefler

7. Ekler

Yönetici Sunuşu

2024-2025 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. 2025-2026 Akademik Yılı'nda da inovatif projelerle bu başarılarımızı devam ettirmeyi hedefliyoruz.

1. Birim Yapısı

1.1 Misyon ve Vizyon

Misyon

İstanbul Okan Üniversitesi Kurumsal İletişim Müdürlüğü olarak misyonumuz; üniversitemizin eğitim, araştırma ve toplumsal katkı faaliyetlerini şeffaf, etkin ve bütüncül bir iletişim stratejisiyle kamuoyuna aktarmak, iç ve dış paydaşlarla güçlü bağlar kurmak, üniversitenin marka değerini artırmak ve sürdürülebilir iletişim modelleri geliştirmektir.

Vizyon

Vizyonumuz; İstanbul Okan Üniversitesi'ni ulusal ve uluslararası düzeyde güçlü, güvenilir ve yenilikçi bir kurumsal kimlikle temsil eden, dijital iletişimde öncü, katılımcı ve etkileşim odaklı bir iletişim modeli oluşturmaktır. Böylece üniversitemizin stratejik hedeflerine katkı sunan, toplumla güçlü bağ kuran ve geleceğin iletişim trendlerine yön veren bir yapı haline gelmek.

1.2. 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.

1.3. 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 donatılmıştır.

1.4. 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.

1.5. Yetki, Görev ve Sorumluluklar

- Üniversitenin marka imajının korunması ve güçlendirilmesi.
- İç ve dış iletişim stratejilerinin geliştirilmesi.
- Medya ilişkilerinin yönetimi.
- Etkinliklerin planlanması ve yürütülmesi.
- Kriz yönetimi ve sosyal sorumluluk projelerinin yürütülmesi.
- Sosyal medya stratejilerinin geliştirilmesi ve dijital varlıkların sürdürülebilirliği.

2. Sunulan Hizmetler

- **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.

3. 2024-2025 Eğitim Öğretim Yılı Amaçlar ve Hedefler

- Marka bilinirliğini artırmak.
- Sosyal sorumluluk projeleri geliştirmek.
- Dijital iletişim ve sosyal medyayı güçlendirmek.
- İç iletişim süreçlerini geliştirmek.
- Etkinlikleri çeşitlendirmek ve etkili yönetmek.

4. 2024-2025 Yılı Faaliyetlerine İlişkin Bilgi ve Değerlendirmeler

- **Başlıca Projeler:** 25. Yıl Töreni, Spor Ödülleri, Türkiye-Çin Ekonomik Forumu, toplumsal sorumluluk projeleri.
- **Dijital Medya Çalışmaları:** Marka bilinirliğini artıran kampanyalar, öğrenci odaklı paylaşımlar, kampüs hayatını ön plana çıkaran içerikler.
- **Basın ve Röportajlar:** Üniversitenin başarılarının kamuoyuna duyurulması.
- **Sosyal Medya Faaliyetleri:** “Bunu Biliyor muydunuz?”, kampüs paylaşımları, öğrenci hikâyeleri, hashtag kampanyaları (#kampüshayatı)

5. Kurumsal Kabiliyet ve Kapasitenin Değerlendirilmesi

5.1. Güçlü Yanlar

- Etkili iç ve dış iletişim stratejileri
- Kriz yönetiminde hızlı aksiyon
- Dijital medya alanında yenilikçi uygulamalar

5.2. Geliştirilmesi Gereken Yanlar

- Etkinliklerde çeşitliliğin artırılması
- Öğrenci katılımının yükseltilmesi

5.3. Öneriler

- Üniversite etkinliklerinin daha geniş kitlelere ulaştırılması
- Dijital kampanyaların geliştirilmesi

6. 2025-2026 Eğitim Öğretim Yılı Amaçlar ve Hedefler

- Dijital medyada daha güçlü bir varlık sağlamak
- Sosyal sorumluluk projelerini yaygınlaştırmak
- Üniversite içi iletişimi güçlendirmek
- Etkinliklerin çeşitlendirilmesi

7. Ekler

-