|  |  |
| --- | --- |
| POZİSYON | **İletişim Daire Başkanı** |
| 1. **ÇALIŞTIĞI BİRİM ADI**
 | İletişim Daire Başkanlığı |
| 1. **ÇALIŞTIĞI ALT BİRİM ADI**
 |  |
| 3.1.Bağlı Olduğu Yöneticinin Görev Adı | Genel Sekreterlik |
| 3.2.Kendisine Bağlı Kadro(lar) Adı | Kurumsal İletişim Koordinatörü, Kurumsal Marka Koordinatörü, İş Geliştirme ve Pazarlama Koordinatörü, Uluslararası Öğrenci Temin Koordinatörlüğü |
| 3.3.Yerini Alacak Görev |  |
| 3.4.Vekâlet Edebileceği Görevler | Kurumsal İletişim Koordinatörü, Kurumsal Marka Koordinatörü, İş Geliştirme ve Pazarlama Koordinatörü, Uluslararası Öğrenci Temin Koordinatörlüğü |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **İŞİN TANIMI / AMACI**
 | LHÜ’nün kurumsal kimliğini doğru tanıtmak, Üniversitenin iç ve dış paydaşları arasındaki iletişimi kesintisiz, sürekli ve düzenli sağlamak. Lokman Hekim Üniversitesi’nin iletişim hedeflerinin belirlenerek kurum imajının ve kimliğinin geliştirilerek sürdürülmesi amaçları doğrultusunda, stratejik plan ve programlar çerçevesinde çalışmak. |

|  |
| --- |
| 1. **ANA SORUMLULUKLAR, GÖREVLER, İŞLEMLER VE BAŞARI ÖLÇÜTLERİ**
 |
| **Görevler** | **İşlemler** | **Başarı Ölçütü** |
| **1** | **Kurumun iç iletişim stratejisini koordine etmek,** | **1.1** | LHÜ’nün paydaşlarının hangisinin daha önemli olduğunu belirlemede, imaj ve performansı önceleyen ve sorunları çözmede değişen durumları belirlemede oluşturulan geniş bir stratejiyi içerir. Bu nedenle de verimlilikten daha çok geçerliliğe yönelik işlevlere öncülük eden bir mekanizmadır. | Kurum imajına yönelik olumlu geribildirimler. (Memnuniyet anketleri, üniversite doluluk oranı, çalışan bağlılığı,…) |
| **2** | **Kurumun iletişim stratejisi kapsamında dijital medya planlamasını yapmak ve program satın alımlarını gerçekleştirmek.** | **2.1** | LHÜ reklam ve tanıtımını ilgili kitleye yapabilmek adına 360 derece iletişim modeli olan dijital reklam mecralarını kullanmak. | Hedef bazlı dijital raporlamaların yapılması. (Google analytics, facebook business manager, leads formları)* Belirlenen bütçe doğrultusunda doğru iletişim modellerinin tercih edilmesi
 |
| **3** | **Kurumun iletişim stratejisi kapsamında konvansiyonel medya planlamasını yapmak ve satın alınmalarını gerçekleştirmek.** | **3.1** | LHÜ reklam ve tanıtımını ilgili kitleye yapabilmek adına 360 derece iletişim modeli olan konvansiyonel reklam mecralarını kullanmak. | Kurumsal imaj çalışmalarıdır. Ölçülebilirlik mümkün değildir. (billboard, kuleboard, pole banner, köprü alınlık, clp)  |
| **4** | **Üniversite ve üniversite hastanesi içerisinde yer alacak tanıtım materyallerinin kullanılacağı yerleri belirlemek.** | **41** | İç iletişim çalışmaları kapsamında potansiyel kitleyi marka üzerinde tutmak hedeflenmiştir.  | Dönemsel projelerde katılım oranları, etkinlikler ve ciro hesaplamaları |
| **5** | **Cevap ve düzeltme hakkı gerektiren haber/duyurular ile ilgili hukuk birimi ve diğer birimlerle koordineli olarak çalışmak.** | **5.1** | LHÜ’nün haberleşme özgürlüğünün kötüye kullanılması ve görevin kötüye kullanılmasını önemek adına öngörülen önlemlerden biridir.  | Toplumsal ya da bireysel durumlarda hedef kitlenize markanızın samimiyetini ivedilikle iletebilmek. Ve olumlu kanaat oluşturmak.  |
| **6** | **Üniversite adına özel günler ve haberler ile ilgili içerik, mesaj ve duyuru hazırlamak.** | **6.1** | LHÜ’nün kurumsal konseptine uygun strateji çerçevesinde içerik yazmak, video içeriği üretmek ve tasarlanan görselleri, fotoğraf ve videoları paylaşmak. | Gerçekleştirilen paylaşım neticesinde sosyal medyanın sunduğu erişim, etkileşim, beğeni ve birbirine gönderme oranları. |
| **7** | **Basın yayın organları ile olan ilişkileri düzenlemek.**  | **7.1** | Üniversitemizin ve üst yönetiminin ulusal yayın organlarınca yapılan röportaj ve çekim faaliyetlerini yürütmek. | Üniversite temsili için ulusal ve yerel basında yer almasının sağlanması. |
| **8** | **Şeffaflık ilkesi çerçevesinde kamunun bilgi alma hakkına saygı göstererek yapılan çalışmaların kamuya doğru şekilde aktarılmasını sağlamak**  | **8.1.** | Üniversitemiz içerisinde gerçekleştirilen etkinlik, eğitim, sempozyum, kongre vb. gibi organizasyonların basın aracılığı ile kamuya duyurulması | Üniversitemizde gerçekleştirilen organizasyonların dış paydaşlara duyurulması ve üniversitenin Kalite Güvence sistemi ile ölçülebilirliğinin sağlanması. (YÖK AK Çerçevesinde- PUKO Döngüsü) |
| **9** | **Üniversite yazılı ve basılı kaynakların içeriklerini üretmek, tasarım sürecini koordine etmek ve güncellemek.** | **9.1.** | Üniversitemiz tanıtım faaliyeti doğrultusunda basılı olan tüm materyallerinin içeriklerinin sağlanması ve tasarımsal düzenlemelerinin yapılması | Basılı tüm materyallerin kurumsal strateji doğrultusunda düzenlemesinin sağlanması |
| **10** | **Kurum tanıtımının yapılacağı etkinliklerin (organizasyon, kongre, sempozyum, özel günler, fuar vb.) sürecini takip etmek,** | **10.1** | Yıl içerisinde gerçekleştirilen kongre, sempozyum, özel günler gibi organizasyonların tüm ayrıntıları ile düzenlenmesini sağlamak | Üniversitemizin organizasyonlarının kurum stratejisi ile birlikte gerçekleştirilmesinin sağlanması  |
| **11** | **Promosyonlar için gelen teklifleri ve örnekleri değerlendirmek sipariş verilecek materyalleri belirlemek ve süreci takip etmek**  | **11.1** | Üniversitemiz tanıtım faaliyeti doğrultusunda basılı olan tüm materyallerinin içeriklerinin sağlanması ve tasarımsal düzenlemelerinin yapılması | Basılı tüm materyallerin kurumsal strateji doğrultusunda düzenlemesinin sağlanması  |
| **12** | **Web sitesini ve web sitesi içeriklerini geliştirmek** | **12.1** | LHÜ kurumsal web sitesinin güncel takibi, içerik girişlerinin sağlanması ve yazılımsal geliştirmelerin düzenlenmesi | Web sitemizin güncel olması ve içerik girişlerinin sağlanarak ulaşılmak istenilen bilginin sağlanması |
| **13** | **Üniversite Sosyal Sorumluluk Temalarında Projeler Üretmek**  | **13.1.** | Kurumsal sürdürülebilirlik çerçevesinde planlanan projeler ile marka değeri oluşturulması  | Yapılan projelere katılımcı sayısı, projenin gerçekleştirildiği kitledeki katılımcı sayıları  |
| **14.** | **Uluslararasılaşma hedefleri doğrultusunda yol** | **14.1.** | Hedef ülke araştırmaları yapmak ve eylem planı hazırlamak | Hazırlanan her eylem planı periyodu sonunda hedeflere ulaşılıp ulaşılmadığının |
| **15** | **Üniversiteye Uluslararası Öğrenci Temini** | **15.1** | Uluslararasılaşma stratejileri ile yabancı uyruklu öğrencilerin tercih ettiği bir üniversite olmak | YÖK tarafından belirlenen uluslararası öğrenci kontenjan doluluk oranları |
| **15** | **Uluslararası Öğrencilerin Ön kabul ve kesin kabul mektuplarının Yönergeye uygunluğunu kontrol etmek ve gereken durumlarda yeniden düzenlenmesine yönelik süreçlerin takibini yapmak** | **15.2.**  | Lokman Hekim ÜniversitesiÖnlisans ve Lisans ProgramlarınaYurtdışından Öğrenci Kabulüneİlişkin Yönerge’ye uygun önkabul ve kesin kabulmektuplarını yenidendüzenlemek ve onaya sunmak | Onaya sunulan ön kabul ve kesin kabul mektubu sayısı |
|  | **Büyükelçilikler ve Yurtdışı üniversiteleriyle ikili ilişkilerle ilgili süreçleri yönetmek** | **15.3.** | Büyükelçilik ziyaretleri, büyükelçiliklerle yapılacak online ve yüz yüze toplantıları organize etmek, üniversitelerle MOU (iyi niyet sözleşmesi)(memerondum of understanding) anlaşmaları ile ilgili süreçleri yönetmek | Yapılan ziyaret/toplantı sayısı ve MOU anlaşma sayısı |
| **16** | **Gelir getirici Faaliyetler ile ilgili stratej oluşturulmasının sağlanması,** | **16.1.** | Pazar araştırması yaparak üniversitenin gelir getirici faaliyetlerini planlamak ve iletişim stratejisi geliştirmek | Gelir getirici alan kullanım ciroları, ve reklam ölçümleri  |
| **17** | **Kurumsal İletişim Giderleri doğrultusunda dönemsel/yıllık tanıtım bütçelerini belirler Genel Sekreter ve Mütevelli Heyeti Başkanına sunmak.** | **17.1** | Gelir gider tablosu çıkararak ön görülen reklam bütçelerinin belirlenmesini ve takibini sağlamak | Piyasa koşullarında reklam stratejimize uygun olarka maddi kaynakların etkili kullanılmasının sağlanması  |
| **18** | **Birim içindeki çalışan personel için görev dağılımını koordine etmek.** | **18.1** | İletişim Daire Başkanlığı haftalık, aylık, yıllık iş planlamasının yapılması ve personelin iş takibinin yapılması | Performans değerlendirmesi yapılması  |

|  |
| --- |
| 1. **S O R U M L U L U K A L A N L A R I (İç İletişim Kanalları)**
 |
| **\***Sorumluluk Düzeyi *<< En az (1) — (3) — (5) — (7) — (9) En Fazla >>*  |
| **İşlem / Faaliyet / Süreç** | **Sorumluluk Düzeyi \*** | **İşbirliği Yapılan Birim(ler)****ve Kişi(ler)** | **Süreç Sahibi** |
| İletişim stratejisi oluşturmak | 9 | İletişim Daire Başkanı | İletişim Daire Başkanı |
| Dijital ve Konvansiyonel reklam planlaması yapmak | 9 | İletişim Daire Başkanı | İletişim Daire Başkanı |
| Cevap ve düzeltme hakkı | 8 | İletişim Daire Başkanı | İletişim Daire Başkanı ve Hukuk Müşavirliği |
| Bağlı personelin iş süreç ve performans takibini yapmak | 9 | Kurumsal İletişim Koordinatörü, Kurumsal Marka Koordinatörü, İş Geliştirme ve Pazarlama Koordinatörü, Uluslararası Öğrenci Temin Koordinatörlüğü | İletişim Daire Başkanı |
| İletişim Daire Başkanlığına ait bütçe çalışması | 9 | Mütevelli Heyeti Başkanı | İletişim Daire Başkanı |

|  |
| --- |
| 1. **D I Ş İ L E T İ Ş İ M K A N A L L A R I**
 |
| ❑ Aday Öğrenciler ❑ Kamu Kuruluşları | ❑ Kamu ve Özel okul🞎 Fuar Firmaları | ❑ Reklam Ajansları❑ Matbaa  | 🞎 Reklam/Promosyon Firmaları🞎 Organizasyon Firmaları |

|  |
| --- |
| 1. **B U G Ö R E V T A R A F I N D A N H A Z I R L A N A N R A P O R L A R**
 |
| **Raporun Adı / ve İçeriği** |  | **Raporun Sunulduğu** **Birim(ler) ve Kişi(ler)** | **Hazırlanma Sıklığı** |
| İletişim Daire Başkanlığı Faaliyet Raporu  | Genel Sekreter  | Ayda 1 kez |
| Mütevelli Heyeti Sunum Raporu | Mütevelli Heyet Başkanı., Genel Sekreter | Ayda 1 kez |
| Tercih ve Tanıtım Dönemi Detaylı Raporu  | Mütevelli Heyet Başkanı.  | Yılda 1 kez |
| YKS Komisyon Raporu | Mütevelli Heyet Başkanı., YKS Komisyonu | Yılda 1 kez |
| Rakip Analiz Raporları | Mütevelli Heyet Başkanı., Rektör ve Yardımcıları, Genel Sekreter.  | Gündeme yönelik, belli zaman aralıklarıyla |

|  |
| --- |
| 1. **Y E T K İ VE K A R A R A L M A \***
 |
| \* Bu bölüm, imza yetkisi olan görevler için hazırlanacaktır. Diğer Görev tanımlarında bu bölüm doldurulmayacaktır. |
| 1. İletişim Stratejisinin belirlenmesi
 |
| 1. Kriz iletişimi ve yönetimi
 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **İŞ GEREKLİLİKLERİ**
 | Öğrenim Düzeyi ve Alanı |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Bölüm |
| Lise  |   |
| Meslek Lisesi  |  |
| Meslek Yüksek Okulu |  |
| Lisans  | X // İletişim Fakültesi  |
| Yüksek Lisans ve üzeri |  |

 |
| Yabancı Dil Bilgisi ve Düzeyi |  | Gerek Yok | Orta | İyi | Çok iyi |
| İngilizce |  |  | X |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Toplam İş Deneyimi |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | En az | En çok |
| Yeni Mezun  |  |  |
| 1-2 Yıl  |  |  |
| 3-5 Yıl  |  |  |
| 5-8 Yıl  |  |  |
| 8 yıl ve üstü | x |  |

 |
| Bilgisayar Bilgisi ve Düzeyi (İşin gerektirdiği paket programlar/programlama dilleri) |

|  |  |
| --- | --- |
| Program Adı | Kullanım Düzeyi |
| Temel | Orta | İleri |
| MS Office Uygulamaları (Excel, Word, PowerPoint) |  |  | x |
| Adobe Photshop |  | x |  |
| Adobe Premier Pro |  | x |  |
| Adobe After Effects |  | x |  |
| Adobe Audition |  | x |  |
| Davinci Resolve |  | x |  |
| OBS Studio |  | x |  |
| Web Alt yapısının yönetilmesi |  | x |  |
| İleri sunum teknikleri |  |  | x |

 |
| Kullanılması gereken Araç ve Gereçler | Aracın/ ekipmanın adı | Kullanım Düzeyi |
| Temel | Orta | İleri |
| Fotoğraf Makinası |  |  | x |
| Video Kamera |  |  | x |
| Ses Mixeri - Mikrofon |  |  | x |
| FPV Drone |  | x |  |

|  |
| --- |
| 1. **B U G Ö R E V İ Ç İ N G E R E K L İ YE T K İ N L İ K L E R**
 |
| Bu görevden beklenen işlerin yüksek performansla gerçekleştirilmesi için ihtiyaç duyulan kritik davranış örneklerini, bilgi ve beceri gereklilikler (Neyi iyi yapanlar bu işlerde başarılı olur? Hangi yönü kuvvetli kişiler daha başarılı olmaktadır?) |
| **Süreç** |  | **Kritik Davranışlar / Bilgi ve Beceriler** |
| Analiz Yapmak | Rakip analizini doğru yapabilmek ve hedef kitleyi anlayabilmek  |
| Olası sorunlara hızlı çözüm üretmek | Kriz yönetimine her daim hazır ve soğukkanlı olmak |
| İletişime açık ve ikili iletişimlerde güçlü olmak | Hem birim içi hem de birimler arası iletişim köprüsü olabilmek |
| Dış paydaşlar ile güçlü iletişim | Matbaa, reklam ajansları, promosyon firmaları, fuar firmaları gibi dış paydaşlar güçlü iletişimin kurum menfaati için sağlanması  |
| Gerekli bilgisayar programlarına hakim olmak  | Tasarım ve video düzenlemeleri için gerekli kreatif göze sahip olmak ve kurum hassasiyetleri doğrultusunda içeriklerin oluşturulması |
| Bütçe Planlaması Yapımı | Yıl içerisinde iletişim daire başkanlığı tarafından belirlenen bütçe sınırları içerisinde ihtiyaç duyulan harcamaların planlamasının yapılması  |
| İşin Gerektirdiği Bilgiler ve Düzeyi | Bilgi Tipi | Düzeyi |
| İleri | Orta | Temel |
| Üniversitenin kurumsal iletişim stratejisine hakimiyet | x |  |  |
| EBYS’den gelen resmi yazılarla ilgili hakimiyet | x |  |  |
| Üniversitenin stratejik planına yönelik tanıtım hedeflerine hakimiyet | x |  |  |
| Mütevelli Heyeti kararları ve ücretlendirmelere yönelik hakimiyet | x |  |  |
|  |  |  |  |
| İşin Gerektirdiği Beceriler ve Düzeyi | Beceri Tipi | Düzeyi |
| İleri | Orta | Temel |
| Analiz Kabiliyeti | x |  |  |
| Kriz Yönetimi Kabiliyeti | x |  |  |
| İkili İlişkiler Kurma Kabiliyeti | x |  |  |
| Gerekli Bilgisayar Kullanım Becerisi | x |  |  |
| Bütçe Planlama ve Harcama Becerisi | x |  |  |
| İşin Gerektirdiği Özel Sertifika/Ehliyet Bilgileri | * Adobe Programları Kullanım Sertifikaları
* En az İHA 0 Sportif Drone Ehliyeti
* Aktif araç kullanabilmek
 |

Organizasyonel değişiklikler, yeni fonksiyonlar veya sorumluluk alanlarının genişlemesi gibi nedenlerle yukarıda verilen bilgiler, görevler ve sorumluluklar zaman içinde değişebilir. İş tanımını etkileyebilecek bu tür değişikliklerde aşağıda imzaları bulunan Çalışan ve Birim Yöneticisinin İnsan Kaynakları Birimiyle iletişime geçmesi ve revizyonları yaptırması gerekmektedir. Söz konusu revizyonlar talep edilmese bile tüm çalışanlar, burada yazmayan yeni görev sahalarından da sorumlu olmaya devam edeceklerdir.

|  |
| --- |
| 1. **ONAY VE İMZALAR:**
 |
| **Sorumlu Kişi**  | **Bağlı Olduğu Kişi** | **Onaylayan** |
| **… / … / 20..**Ad/Soyadı/İmza | **… / … / 20..**Ad/Soyadı/İmza | **… / … / 20..**Ad/Soyadı/İmza |