|  |  |
| --- | --- |
| 1. **POZİSYON** | **Kurumsal Marka Uzman Yardımcısı** |
| 1. **ÇALIŞTIĞI BİRİM ADI** | İletişim Daire Başkanlığı |
| 1. **ÇALIŞTIĞI ALT BİRİM ADI** | Kurumsal Marka Koordinatörlüğü |
| 3.1.Bağlı Olduğu Yöneticinin Görev Adı | İletişim Daire Başkanı |
| 3.2.Kendisine Bağlı Kadro(lar) Adı |  |
| 3.3.Yerini Alacak Görev | - |
| 3.4.Vekâlet Edebileceği Görevler | - |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **İŞİN TANIMI / AMACI** | Lokman Hekim Üniversitesi’nin (PR anlamında) kurumsallaşma ve marka olma yolunda işlerini planlamak ve koordine etmek, Sosyal medya kanallarında içerik üretimini sağlamak ve paylaşımları gerçekleştirmek. SKS Koordinatörlüğü kapsamında koordinatörlük iş geliştirme süreçlerini koordine etmek, ve bağlı personelle entegre çalışmak. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **ANA SORUMLULUKLAR, GÖREVLER, İŞLEMLER VE BAŞARI ÖLÇÜTLERİ** | | | | |
| **Görevler** | | **İşlemler** | | **Başarı Ölçütü** |
| **A** | **Sosyal Medya İçerik Üretimi, Planlaması ve Paylaşımı** | **A.1** | Sosyal medya kanalları için belirlediğimiz 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. |
| **B** | **Kurumsallaşma ve Marka Yolculuğunda İletişim Stratejileri Geliştirmek** | **B.1** | Üniversitemiz için marka konumlandırmasını destekleyecek projeler üretmek, sahada ve sosyal medyada entegre olacak şekilde gerçekleştirmek. | Hedeflerin gerçekleşme oranı |
| **C** | **Üniversite yazılı ve basılı kaynakların içeriklerini üretmek, tasarım sürecini koordine etmek ve güncellemek.** | **C.1** | Üniversite ana katalog, bölüm ve laboratuvar katalog ve broşürlerinin içeriklerini belirleyecek görüşmeleri yapmak, metin yazmak ve tasarım süreçlerinde yönlendirici olmak. | * Üniversite doluluk oranı * Kayıt sayısı |
| **H** | **PR Faaliyetleri kapsamında kurumun İK birimiyle koordineli olarak özel günlerde kurum içerisinde gerçekleşecek etkinlikleri geliştirmek planlamak, koordine etmek.** | **H.1** | Kurum Yıl Dönümü Kutlamaları için içerik planlamak ve uygulayıcısı olmak, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü vb. için içerik geliştirmek ve planlamak, marka tanıtım gücünü artıracak şekilde tanıtımda kullanmak. | Kurum çalışanlarının memnuniyet oranı, söylemleri marka algısı oluşturma anlamında etkilidir ve kurum dışında yapılan söylemleri pozitife çevirir. |
| **I** | **Promosyon için gelen teklifleri ekip arkadaşları ile değerlendirmek ve birim amiri ile karara bağlayıp sipariş geçmek** | **I.1** | Kart, defter, çanta, kalem, kitap ayracı vs. promosyonların geliştirilmesi ve siparişinin sağlanması. | İhtiyaç durumunda gerekli malzemenin elimizde olması ve güncel promosyon içeriklerine sahip olmak. |
| **J** | **Üniversite Sosyal Sorumluluk Temalarında Projeler Üretmek ve Üretilmesini Öğrenci Toplulukları Aracılığı ile teşvik etmek.** |  | Üniversite Bölümlerinde gerçekleştirilen sosyal sorumluluk çalışmalarına destek sağlamak, sosyal sorumluluk projesi geliştirmek ve yürütmek. | Sosyal Sorumluluk kampanyalarının amacına ulaşıp ulaşmadığı kontrolü gerçekleştirilir. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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** |
| Sosyal Medya Yönetimi | 9 | İletişim Daire Başkanı | Kurumsal Marka Koordinatörlüğü |
| Tasarımların takibi/Etkinlik takibi oluşturmak. | 9 | İletişim Daire Başkanı | Kurumsal Marka Koordinatörlüğü |
| Öğrenci Toplulukları etkinlik süreç yönetimi | 9 | İletişim Daire Başkanı, Rektör Yardımcısı, Genel Sekreterlik | Kurumsal Marka Koordinatörlüğü |
| Koord. Kapsamında belirlenen sorumluluğumdaki fakültelerin iletişim süreçlerini yönetmek | 9 | Rektörlük, Rektör Yardımcıları, İletişim Daire Başkanı | Kurumsal Marka Koordinatörlüğü |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. **D I Ş İ L E T İ Ş İ M K A N A L L A R I** | | | |
| ❑Lise öğrencileri  ❑ Kamu Kuruluşları | ❑ LHÜ Öğrencileri  🞎Fuar Firmaları | ❑Reklam Ajansları  ❑ Matbaa | 🞎 Reklam ve 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** |
| Üniversite Tanıtım Stratejisi Rapor Sunumu | | Mütevelli Heyet Bşk., Genel Sekreter, İletişim Daire Bşk. | Yılda 1 |
| LHÜ Sosyal Medya Raporu Sunumu | | Mütevelli Heyet Bşk., Genel Sekreter, İletişim Daire Bşk. | Yılda 1 |
| Sosyal Sorumluluk Projeleri, Etkinlik Sunumları | | Mütevelli Heyet Bşk., İletişim Daire Bşk. | İhtiyaç durumunda |
| Marka Sunumları (Örn: Nfit Club Marka İsmi Belirleme Sunumu) | | Rektör ve Yardımcıları, Mütevelli Heyet Bşk., Genel Sekreter, İletişim Daire Bşk. | İhtiyaç durumunda |
| Ara bilgilendirme raporları | | Rektör Yardımcıları, Mütevelli Heyet Bşk., Genel Sekreter, İletişim Daire Bşk. | 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-Üniversite tanıtım fuarlarının konum ve tarihi |
| 2- Basılı materyal sayısı |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **İŞ GEREKLİLİKLERİ** | Öğrenim Düzeyi ve Alanı | |  |  | | --- | --- | |  | Bölüm | | Lise | Anadolu Lisesi | | Meslek Lisesi |  | | Meslek Yüksek Okulu |  | | Lisans | Halkla İlişkiler ve Tanıtım/İletişim Fakültesi | | Yüksek Lisans ve üzeri | Tercihen olabilir | | | | | | | | |
| 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 | x |  | | 5-8 Yıl |  |  | | 8 yıl ve üstü |  |  | | | | | | | | |
| Bilgisayar Bilgisi ve Düzeyi  (İşin gerektirdiği paket programlar/programlama dilleri) | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Program Adı | Kullanım Düzeyi | | | | Temel | Orta | İleri | | MS Office Uygulamaları (Excel, Word, PowerPoint) |  | x |  | | Belirtiniz:Canva Sunum, Video,Reels Düzenleyici(Capcut) |  |  | x | | Adobe Photoshop | x |  |  | | Belirtiniz: |  |  |  | | | | | | | | |
| Kullanılması gereken Araç ve Gereçler | Aracın/ ekipmanın adı | | | Kullanım Düzeyi | | | | |
| Temel | | Orta | | İleri |
| Fotoğraf Makinası | | |  | | 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** | | | |
| İçgörü sahibi olmak, analiz yapabilmek – İnovatif olmak | Üniversite tanıtım stratejileri kapsamında içgörü yapabilmek strateji üretebilmek | | | | |
| Olası sorunlara hızlı çözüm üretmek, krizleri öngörmek ve önlem almak | Sosyal medyada oluşacak krize dönüşecek olayları öngörür, önlem alır bu minvalde içerikler ve tasarımlar oluşturur. Kurum imajını gözetir. Öğrenci toplulukları etkinlikleri kapsamında oluşacak marka imajını zedeleyecek oluşum ve adımları takip etmek, önlem almak. | | | | |
| İkili ilişkileri üniversitenin çıkar ve menfaatleri doğrultusunda en uygun şekilde yönetmek | Gerek fuar ve liselerde yapılan tanıtım faaliyetlerinde gerekse mevcut öğrencilerle kurulan ikili ilişkilerde iletişime açık, yapıcı ve net bir üslup benimsemek. | | | | |
| Gündem takibinde ve iş geliştirme araçlarında devamlılık | Sosyal medya anlamında gündem takibi yapmak, öğrencilerin dilini yakalamak önemli bir husustur. Bu takip düzenli yapılmaktadır. | | | | |
| Sosyal medya yönetimi ve içerik metinleri oluşturma | Sosyal medya konusunda deneyimli olmak, hızlı içerik üretebilmek ve yaratıcı olabilmek. Hedef kitleye hitap edebilmek. | | | | |
| İşin Gerektirdiği Bilgiler ve Düzeyi | Bilgi Tipi | | Düzeyi | | |
| İleri | Orta | Temel |
| Üniversitenin kurumsal iletişim ve marka iletişim stratejisine hakimiyet | | x |  |  |
| EBYS’den gelen resmi yazılarla ilgili hakimiyet | | x |  |  |
| Üniversitenin stratejik planına yönelik markalaşma hedeflerine hakimiyet | | x |  |  |
| Sosyal ve Kültürel İşler Koordinatörlüğü yönergelerine hakimiyet | | x |  |  |
|  | |  |  |  |
| İşin Gerektirdiği Beceriler ve Düzeyi | Beceri Tipi | | Düzeyi | | |
| İleri | Orta | Temel |
| İçgörü ve analiz Kabiliyeti | | x |  |  |
| Kriz Yönetimi Kabiliyeti | | x |  |  |
| İletişim kabiliyeti | | x |  |  |
| Gündem takibi | | x |  |  |
| Yaratıcılık (Reklam ve Tanıtım temelli) | | x |  |  |
| İşin Gerektirdiği Özel Sertifika/Ehliyet Bilgileri | - | | | | |

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