



MARMARA
ÜNİVERSİTESİ

Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü

Birim Faaliyet Raporu

2025

I- GENEL BİLGİLER

Kamu idarelerince hazırlanacak faaliyet raporları hakkında yönetmeliğin 18. Maddesi:

a) Genel Bilgiler: Bu bölümde, idarenin misyon ve vizyonuna, teşkilat yapısına ve mevzuatına ilişkin bilgilere, sunulan hizmetlere, insan kaynakları ve fiziki kaynakları ile ilgili bilgilere, iç ve dış denetim raporlarında yer alan tespit ve değerlendirmelere kısaca yer verilir.

A. Misyon Ve Vizyon

Misyon

Eğitim, öğretim, araştırma ve topluma hizmet faaliyetleri ile küresel düzeyde liderlik eden, ürettiklerini insanlığın yararına sunan, etik değerlere saygılı, yaratıcı, bağımsız ve eleştirel düşünceye sahip bireyler yetiştiren bir üniversite olmak.

Vizyon

Eğitim, bilim, teknoloji, sanat ve sporda öncü bir üniversite olmak.

B. Yetki, Görev Ve Sorumluluklar

Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü olarak,

- Medya ilişkilerini sürdürmek,
- Sosyal medyayı yönetmek ve takip etmek,
- Üniversitemizdeki gelişmeleri haber bültenleri şeklinde web sitesine girmek,
- Web sitesinde sorumluluk dahilinde yer alan kısımları güncel tutmak,
- Tanıtım ve etkinliklerle üniversitemizin dış paydaşlara tanıtımını sağlamak,
- CİMER ve Bilgi Edinme başvurularını kabul ederek cevaplamak,
- Web sayfamızda yer alan haber ve etkinliklerin çevirilerinin yapılarak İngilizce web sayfasında yer almasını sağlamak,
- Yapılan etkinlik ve programların fotoğraf- video çekimleri yapılarak haberlerini oluşturup görünürlüğünü sağlamak,
- Çağrı Merkezi'nin tüm iletişim alternatiflerine ek olarak hedef kitlelerle verimli bir şekilde iletişim köprüsü kurmasını sağlamak.

C. İdareye İlişkin Bilgiler

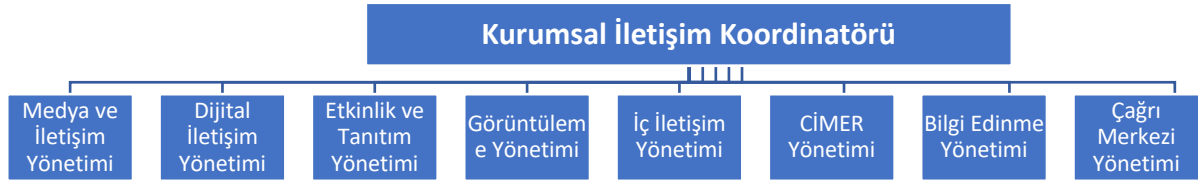
1- Fiziksel Yapı

1.3- Hizmet Alanları

1.3.2. İdari Personel Hizmet Alanları

	Sayısı (Adet)	Alanı (m2)	Kullanan Sayısı
Servis			
Çalışma Odası	6	300	17
Toplam	6	300	17

2- Teşkilat Yapısı



3- Teknoloji ve Bilişim Altyapısı (Bilgi ve Teknolojik Kaynaklar)

3.2- Bilgisayarlar

- Masaüstü Bilgisayar: 19 adet
- I-Mac Bilgisayar: 1 adet
- Taşınabilir Bilgisayar: 5 adet
- iPad Tablet: 1 adet

- 3.4- Diğer Bilgi ve Teknolojik Kaynaklar

Cinsi	İdari Amaçlı (Adet)	Eğitim Amaçlı (Adet)	Araştırma Amaçlı (Adet)
Projeksiyon	1		
Slayt Makinesi	-		
Tripod	3		
Ses Kayıt Cihazı	1		
Fotokopi -Yazıcı	3		
Faks	-		
Fotoğraf Makinesi	4		
Kamera	1		
Televizyon	-		
Tarayıcı	1		
Müzik Seti	-		
DVD	-		
Gimbal	1		
Cep Telefonu	1		

4- İnsan Kaynakları

Birimimize ait dolu ve boş kadro bulunmamaktadır. Kadroları başka birimlerde olan personelimiz 2547 sayılı Kanun'un 13/b-4 maddesine göre görevlendirilmişlerdir.

4.8- İdari Personelin Eğitim Durumu

İdari Personelin Eğitim Durumu					
	İlköğretim	Lise	Ön Lisans	Lisans	Lisansüstü
Kişi Sayısı	-	3	2	3	9
Yüzde	-				

5- Sunulan Hizmetler

5.4- Diğer Hizmetler (2024 Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü Hizmetleri)

CİMER	1712
Çağrı Merkezi	Gelen Çağrı: 5209 Cevaplanan Çağrı: 2007 İptale Düşen Çağrı: 3201
Bilgi Edinme	344
Kurumsal E-Posta Cevaplanan	610
Gezi Tanıtım	497 (Fakülte Tanıtımı ve Genel Tanıtım)
LCV	-
Foto ve Video Görüntüleme (Program/Etkinlik)	Fotoğraf 85 Video 50
Görsel Tasarım ve Video İçeriği	Durağan/Video Toplam: 351
2025 Yılı Sosyal Medya Hesaplarından Yapılan Tüm Paylaşımlar	Instagram: 99 Gönderi / 12 Reels / 1940 Hikaye X/Twitter: 441 Tweet / Retweet Facebook: 265 Paylaşım Linkedin: 265 Paylaşım Youtube: 9 Video/Shorts N Sosyal: 61 Paylaşım TOPLAM: 1143 Paylaşım / 1940 Hikaye
Web Sayfa Çevirisi (İngilizce)	123
Fuar Katılım	2
Web Haber	172
Basında Tüm Marmara Üniversitesi Haberleri	Televizyon 3.216 İnternet haber 55.178 Yazılı basın 3.327
Düzenlenen Etkinlik	Tanıtım günleri :1 (29-30-31 Temmuz 2025) Üniversite içi lise tanıtım: 497
Sosyal Medya Hesapları Takipçi Verileri:	Takipçi/Abone Sayıları 2025 Sonu X (Twitter): +6.136 (Total 76.355) Facebook: +538 (Total 91.600) Instagram: +12.120 (Total 124.525) LinkedIn: +42.465 (Total 279.000) YouTube: +135 Takipçi (Total 7.833) N Sosyal: 4.400 Kişi (2025 Yılında Açılan Bir Platform)

6- Yönetim ve İç Kontrol Sistemi

Üniversitemizin Kurumsal İletişim Basın ve Halkla İlişkiler Koordinatörlüğü'nün faaliyet alanları, yönetim organları, çalışma usul ve esasları düzenlemek.

II- AMAÇ VE HEDEFLER

A. Temel Politikalar ve Öncelikler

Üniversitemizi ulusal ve uluslararası alanda marka haline getirmek. Bu amaçla Üniversitenin kurumsal itibarını geliştirecek projeler üretmek ve gerçekleştirmek.

B. İdarenin Stratejik Planında Yer Alan Amaç ve Hedefleri

Stratejik Amaçlar	Stratejik Hedefler
Kurumsal Dönüşüm	Hedef-1 Kurum içi iletişim kanallarının güçlendirilmesini ve standartlaştırılmasını sağlamak.
	Hedef-2 Üniversitenin marka değerini ulusal ve uluslararası alanda yükseltmek.
	Hedef-3 Üniversitenin kurumsal itibarını geliştirmek.
	Hedef-4 Üniversitemiz öğrenci, idari personel, akademik personel ve mezunlarında aidiyet duygusunu geliştirmek.
	Hedef-5 Üniversitemiz ve paydaş kurumlar arasındaki iş birliğini artıracak etkinlikler düzenlemek.
	Hedef-6 Üniversitemiz mensuplarını Toplumsal sorumluluk anlayışına yönelik etkinliklere daha fazla dahil ederek görünürlüğü artırmak.
	Hedef -7 YÖK'ün belirlediği izleme kriterleri doğrultusunda daha görünür ve etkili çalışmalar yapılmasını sağlamak.

III- FAALİYETLERE İLİŞKİN BİLGİ VE DEĞERLENDİRMELER

Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün Görevleri

- Marmara Üniversitesi'nin mensupları ve birimleri arasında etkili iletişimi sağlamak,
- Üniversitenin iletişim hedeflerini belirlemek,
- Hedeflere yönelik stratejiler geliştirmek,
- Bu stratejilere uygun eylem programlarının uygulama sürecini yönetmek,
- Üniversitenin kurumsal kimliğini, ulusal ve uluslararası alanlarda en etkin şekilde tanıtmak,
- Üniversitenin kurumsal itibarını geliştirecek çalışmalarda bulunmak,
- Üniversitenin dijital iletişim hedeflerine uygun çalışmalar gerçekleştirmek,
- Üniversitenin tüm hedef kitlelere dönük etkin tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirmek,
- Medya ile ilişkileri geliştirerek üniversitenin bilimsel ve sosyal alanlarda pozitif tanınırlığına katkıda bulunmak,
- Kurumlar arası ilişkilerin geliştirilmesi için yapılan protokollerin hayata geçirilmesi, uygulanması konusunda çalışmalar yürütmektir.

Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün Faaliyet Alanları

- a) Üniversitenin kurumsal kimliğine ve itibarına değer katacak iletişim, tanıtım ve yönetim stratejilerinin oluşturulması,
- b) İletişim temsilcilerinin kendi birimlerinde ve koordinatörlükle eşgüdümlü çalışmasının sağlanması,
- c) Üniversitenin ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora programlarının tanıtımıyla ilgili programlar düzenlenmesi,
- d) Üniversitenin aday öğrenciler başta olmak üzere tüm hedef kitlelere dönük etkin tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirmek
- e) Koordinatörlüğe bağlı olarak, faaliyetleri fiilen yürütecek tanıtım ekip ve toplulukları oluşturulması,
- f) Birimlerin düzenlediği etkinliklerin gerçekleştirilme sürecinde birimlere etkinlik formatlarının oluşturulmasında, protokol düzenlemesinde, etkinliğin duyurulmasında vs. danışmanlık yapılması.

- g) Üniversitenin sosyal medya hesaplarından tüm hedef kitlelerine dönük anlık bilgilendirmelerle kurumsal dinamiklerin ve hafızanın gelişimine dönük paylaşımlar yapmak,
- h) Üniversitenin web sitesinde ve sosyal medya hesaplarında dijital iletişim hedeflerine uygun çalışmalar gerçekleştirmek,
- i) Rektörlük tarafından talep edilen etkinlikleri gerçekleştirmek ve bu etkinliklerin iletişimini yönetmek,
- j) Marmara Üniversite'nden telefon veya e-mail yoluyla talep edilen bilgilerin en kısa süre içerisinde cevaplandırılması sağlanan iletişimi gerçekleştirmek,
- k) CİMER ve Bilgi Edinme Hakkı çerçevesindeki taleplerin üniversite içerisindeki dolaşımını düzenleyerek en kısa süre içerisinde talebin karşılanmasını sağlamaktır.

Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü Birimleri

a) Medya ve İletişim Yönetimi

Görevler:

- 1- Yerel, ulusal ve uluslararası alanda üniversiteyle ilgili yazılı, sesli, görüntülü ve dijital medyayı takip etmek, bu verileri işlemek, arşivlemek ve ilgili yöneticilere sunmak,
- 2- Basın kuruluşlarıyla iletişimi sağlamak, Marmara Üniversitesi'nin haberlerinin basında etkin olarak yer almasını sağlamak,
- 3- Bölüme ulaşan etkinlik, başarı vs. gibi bilgileri haber formatına dönüştürüp yayına yönlendirmek,
- 4- Haberlerin Üniversitemizin internet sayfasında yer almasını sağlamak.
- 5- Web sayfamızda yer verilen haberlerin sosyal medyada yayınlanarak görünürlüğünü artırmak.
- 6- Üniversitemizde haber değeri yüksek olan akademik ve bilimsel çalışmaların haberleştirilerek medya aracılığıyla kamuoyuna duyurulmasını sağlamak.
- 7- Profesyonel medya takibi yapan kurum aracılığıyla güncel medya takibi yaparak üniversitemizin medya performansını ölçümleyip analiz etmek.

b) Dijital İletişim ve Tasarım Yönetimi

Görevler:

- 1- Üniversitemizin web sayfasının güncelliğini takip ederek iletişim yönetimini gerçekleştirmek,
- 2- Üniversitemize ait duyuruların, haberlerin ve hedef kitlelerimizi ilgilendiren gelişmelerin web sayfasında yer almasını sağlamak,
- 3- Rektörlüğün hedef kitle iletişimde web sayfası iletişimini yönetmek,
- 4- Web sayfamızda yer alan aday öğrenci sayfasını yönetmek,
- 5- Web sayfamızda yer alan Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü sayfasını yönetmek,
- 6- İngilizce web sayfamızı içerik olarak güncelleyip yönetmek,
- 7- Üniversitemizin resmi sosyal medya hesaplarını yöneterek güncellemek,
- 8- Sosyal medya hesaplarımızın takip edilme oranlarının analizlerini yapıp raporlamak,
- 9- Sosyal medyada Marmara Üniversitesi etiketiyle yer alan paylaşımların taramasını yapmak,
- 10- Yılın önemli gün ve haftalarına dönük dijital iletişim çalışmaları yapıp sosyal medyada paylaşılmasını sağlamak,
- 11- Öğrenci merkezli paylaşımlar planlayıp kurumsal aidiyet ve hafıza oluşturmaya dönük sosyal medya kampanyaları düzenlemek,
- 12- Üniversitemizin Kurumsal Kimlik çalışmalarına tasarım desteği sağlamak,
- 13- Üniversite tanıtım için ihtiyaç duyulan broşür, davetiye, kart tasarımı, internet sayfalarının düzenlenmesi gibi tüm görsel materyal ve grafik konularında ihtiyacı karşılamak.

c) Gezi ve Tanıtım Yönetimi

Görevler:

- 1- Üniversitemizin kampüslerini veya fakültelerini ziyaret etmek isteyen okulların gezi etkinliklerini organize etmek,
- 2- Ziyarete gelen okullarla üniversitemizi tanıtıcı toplantılar ve görüşmeler gerçekleştirmek,
- 3- Üniversitemizle iş birliği ya da özel protokol yapan okulların iletişim çalışmalarını yürütmek,
- 4- Üniversitemizin tanıtım fuarlarına katılması için gerekli temasları sağlayarak yapılacak faaliyetleri organize etmek,
- 5- Üniversitemizin programlarının ve faaliyetlerinin tanıtımı için sergi, gezi ve toplantı gibi faaliyetler düzenlemek,
- 6- E-posta yoluyla yapılacak etkinlik duyurularını hazırlayarak internet üzerinden yayınlamak,

- 7- Üniversitemizin etkinlikleriyle ilgili davetiye, afiş vb. materyallerin hazırlanmasını sağlamak,
- 8- Etkinlik programının yapılacağı salonda önceden planlanan tüm hazırlıkları ekip arkadaşlarıyla iş paylaşımı yaparak gerçekleştirmek.

d) Görüntüleme Yönetimi

Görevler:

- 1- Üniversite’de düzenlenen etkinliklerin fotoğraflarını ve görüntülerini çekmek,
- 2- Düzenlenen etkinlik ve organizasyonların haberleştirilmesine katkı sağlamak,
- 3- Fotoğraf ve görüntü arşivi oluşturmak.
- 4- Üniversitenin web sitesinde ve sosyal medya hesaplarında yayınlanacak görüntüleri çekmek,
- 5- Rektörlüğe ait özel çekim taleplerini karşılamak,
- 6- Yılın özel gün ve haftalarına ait konsept çekimler gerçekleştirmek,
- 7- Yapılan video çekimlerin kurgu ve seslendirme gibi prodüksiyon çalışmalarını yapmak,
- 8- Dijital mecralara ve etkinliklere dönük animasyon çalışmaları yapmak.

e) İç İletişim Yönetimi

Görevler:

- 1- Koordinatörlük çatısı altında yer alan personelin resmi yazışmalarını yönetmek,
- 2- Rektörlük ve diğer birimlerden gelen talepler hakkında personeli bilgilendirmek,
- 3- Kısmi zamanlı öğrencilerin özlük işlemlerinin yürütülmesi ve denetlenmesini sağlamak,
- 4- İlgili birimlerden talep edilen faaliyet ve strateji raporlarını hazırlamak,
- 5- EBYS den gelen tüm yazıları yönetmek, yönlendirmek ve arşivlemek,
- 6- Personelin özlük işlerini yönetmek ve yönlendirmek,
- 7- Personelin birim içi ve birimler arası iletişimini güçlendirici toplantılar vb. faaliyetler gerçekleştirmek.

f) Bilgi Edinme Yönetimi

Görevler:

- 1- Üniversiteye e-posta yoluyla veya yazılı olarak ulaşan bilgi edinme taleplerini almak; e-postayla gelen bilgi taleplerini e-bys aracılığıyla ilgili birimlere iletme,

- 2- İlgili birimden gelen yanıtı, bilgi talep eden tüzel ve/veya gerçek kişilere iletmek,
- 3- Talepleri ve yanıtları elektronik/basılı olarak arşivlemek.

g) CİMER Yönetimi

Görevler:

- 1- CİMER (Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi)'den gelen başvuruları rektörlük bilgisi ve onayı dahilinde ilgili birim yöneticilerine iletmek,
- 2- CİMER başvurularının öngörülen en kısa süre içerisinde cevaplanmasını sağlayacak takibi yapmak,
- 3- Birim yöneticilerinden gelen cevapların rektörlük bilgisi ve onayı dahilinde ilgili kişilere iletilmesini sağlamak.
- 4- Tüm CİMER başvurularının gereken gizlilik ve etik ilkeler ölçülerinde kurumlar ve kişiler arası akışını gerçekleştirmek.
- 5- Başvuruları ve yanıtları elektronik/basılı olarak arşivlemek.

h) Çağrı Merkezi Yönetimi

Görevler:

- 1- Üniversitemiz çağrı merkezine gelen aramaların operatörler tarafından etkin ve hızlı bir şekilde cevaplanması sağlamak,
- 2- Merkezde çalışan operatörlerin günlük çağrı raporlarını alıp Genel Sekreterliğe iletmek ve performans analizini gerçekleştirmek,
- 3- Alınan çağrıların içerik analizlerinin yapılarak genel talep eğilimlerine dönük daha hızlı ve etkin çözümler üretmek,
- 4- Öğrencilerden gelen çağrılar doğrultusunda ilgili birimlerle iletişim kurularak problemlerin çözülmesini sağlamak,
- 5- Çağrı merkezi operatörleriyle belirli periyotlarda toplantılar ve eğitimler yapılarak verimliliği artırmak.

IV- KURUMSAL KABİLİYET VE KAPASİTENİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün sorumluluğu gereği, kamuoyunu bilgilendirme çalışmaları kapsamında akademisyen, öğrenci ve birimlerimizin başarıları haberleştirilmiştir.

Kamuoyuna ulaşma kanalları olarak medya ile çalışmalar daha yoğun şekilde devam ettirilirken, kendi iç paydaşlarımız olan üniversite mensuplarımıza ise sosyal medya kanallarımız ve kurumsal sayfamızdan ulaşılmıştır.

Kurumsal sosyal medya hesaplarının aktif ve etkili kullanımı sonucunda kullanıcılarla etkileşim ve hesapların takip sayısında her yıl olduğu gibi artış elde edilmiş, etkileşim gücü artırılmıştır.

İç ve dış hedef kitlelerle doğru ve hızlı iletişim kurulabilmesi adına tüm iletişim kanallarımızın aktif bir şekilde işlerliği sürdürülmüştür.

Rektörlük başta olmak üzere ulusal ve uluslararası çapta gerçekleştirilen etkinliklere iletişim, sosyal medya ve haber desteği sağlanarak görünürlüğün artırılması sağlanmıştır.

Üniversitemizin ulusal çapta tanıtımının sağlanmasında etkin olan fuar ve yarışmalara (TEKNOFEST-Devlet Teşvikleri Tanıtım Günleri) katılımı sağlanarak kurumsal kimlik öğeleriyle birlikte imajının hedef kitlelere yansıtılması hedeflenmiştir.

Üniversitemiz kampüslerinde öğrencilere yönelik olarak düzenlenen kültür, sanat, spor ve ek eğitim faaliyetlerine dönük çalışmalara iletişim desteği sağlanarak öğrencilerin duyması ve katılımının teşvik edilmesi sağlanmıştır.

Üniversitemiz iç ve dış hedef kitlesinden talep edilen bilgiler, kurumsal dilek ve şikayetler CİMER ve Bilgi Edinme mekanizmalarının işlerliği ile karşılanmıştır.

Sözü edilen bu çalışmaların, üniversitemizin ulusal ve uluslararası düzeyde itibarı ve doğru algısına önemli bir ivme kazandırdığı düşünülmektedir.