

2026 - 2028 BİRİM STRATEJİK HEDEF VE GÖSTERGELERİ



1.Kurumsal (Birim) Tarihçe

Koordinatörlüğümüz, Zonguldak Karaelmas Üniversitesinden ayrılarak 22 Mayıs 2008 tarih ve 5765 sayılı kanunla kurulan Bartın Üniversitesi bünyesinde üniversitenin en önemli birimlerinden biri olan Basın, Yayın ve Halkla İlişkiler Birimi olarak faaliyet göstermeye başlamıştır. 2021 yılında yeniden yapılandırmaya giden birimimiz, çalışmalarına İletişim Koordinatörlüğü adıyla devam etmektedir.

1.1. İletişim Koordinatörlüğünün Görevleri:

Bartın Üniversitesi (BARÜ) markasını güçlendirmek hedefiyle BARÜ Görsel Kimlik Kılavuzuna uygun olarak Üniversitenin bütüncül iletişim stratejilerini oluşturmak ve bu stratejilere uygun eylem programlarının uygulama sürecini yönetmektir. Ayrıca Üniversitenin kurumsal kimliğini ulusal ve uluslararası alanlarda en etkin şekilde tanıtacak kurumsal itibarını geliştirecek çalışmalarda bulunmak ve bunları Üniversitenin birimleri, mensupları ve dış paydaşları arasında oluşturulacak koordineli ve etkili bir iletişimle sağlamaktır.

1.2. İletişim Koordinatörlüğünün Faaliyet Alanları

- Üniversitenin kurumsal kimliğine ve itibarına değer katacak iletişim, tanıtım ve yönetim stratejilerini oluşturmak,
- Dijital mecralarda içerik üretmek ve Üniversiteyi bilimsel niteliğine uygun şekilde temsil etmek,
- Üniversitenin bilimsel potansiyelinin topluma daha fazla katkıda bulunması ve görünür olması için gerekli faaliyetleri yürütmek,
- İletişim temsilcilerinin kendi birimlerinde ve Koordinatörlükle eş güdümlü çalışmasını sağlamak,
- Üniversitenin ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora programlarının tanıtımıyla ilgili programlar düzenlenmek,
- Rektörlük makamı tarafından düzenlenen etkinliklerin gerçekleştirilme sürecinde etkinlik formatlarının oluşturulmasında, protokol düzenlemesinde, etkinliğin duyurulmasında ve diğer hususlarda danışmanlık yapmak,
- Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Başkanlığı tarafından hayata geçirilen “Bilim İletişimi Ofisi” (BİO) çalışmalarını yerine getirmek,
- Rektör tarafından verilen diğer görevleri yürütmektir.

2. Yasal Yükümlölükler ve Mevzuat Analizi

2914 Sayılı Yüksek Öğretim Personel Kanunu

657 Sayılı Devlet Memurları Kanunu

2809 Sayılı Yükseköğretim Kurumları Teşkilatı Kanunu

5018 Sayılı Kamu Malî Yönetimi ve Kontrol Kanunu

4483 Sayılı Memurlar ve Diğer Kamu Görevlilerinin Yargılanması Hakkında Kanun

6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu

5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu

2.1. Paydaş Analizi

Koordinatörlüğümüzün yaptığı çalışmalarla ilişkilendirilen, doğrudan veya dolaylı etkileşim içinde olan iç ve dış paydaşlarımız önceliklendirilerek *Tablo1 'de* gösterilmiştir.

Tablo 1: Paydaş Önceliklendirme Tablosu

Paydaş Adı	İç Paydaş / Dış Paydaş	Önem Derecesi	Etki Derecesi	Önceliği
Akademik Personel	İç Paydaş	5	5	1
İdari Personel	İç Paydaş	5	5	1
Bartın Üniversitesi Öğrencileri	İç Paydaş	5	5	1
Bartın Üniversitesi Mezun Öğrencileri	İç Paydaş	5	5	1
YÖK Başkanlığı	Dış Paydaş	5	5	1
Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı	Dış Paydaş	5	5	1
Milli Eğitim Bakanlığı	Dış Paydaş	4	4	1
Bartın Valiliği	Dış Paydaş	4	4	1
Bartın Belediye Başkanlığı	Dış Paydaş	4	4	1
Yerel ve Ulusal Basın	Dış Paydaş	4	4	1
Bölge Üniversiteleri	Dış Paydaş	4	4	1
Sivil Toplum Kuruluşları	Dış Paydaş	4	4	1
Bartın İlinde Bulunan Liseler	Dış Paydaş	3	3	2

2.2. İnsan Kaynakları Yetkinlik Analizi

2026 yılı itibarıyla Koordinatörlüğümüzde görev yapmakta olan 10 personel bulunmaktadır. Personel dağılımına bakıldığında birimimizde; 1 Koordinatör Dr. Öğr. Üyesi, 3 Öğretim

Görevlisi, 2 Grafik Tasarım Teknikeri, 4 Bilgisayar İşletmeni görev yapmaktadır.

Tablo 2: Ünvan Bazında Personel Sayısı

Ünvan	Sayı
Dr. Öğr. Üyesi	1
Öğretim Görevlisi	2
Tekniker	2
Bilgisayar İşletmeni	4

2.3. Teknoloji ve Fiziksel Kaynak Analizi

Birimimiz Bartın Üniversitesi Kutlubey Kampüsü Rektörlük Binası 2. katta yer almaktadır. Birimimizde 6 ofis bulunmaktadır. Bu odalarda kullanılan 9 bilgisayar ile 2 yazıcı, 1 baskı makinesi bulunmaktadır.

Tablo 3: Bilgi ve Teknolojik Kaynaklar

Kullanılan Otomasyon ve Programlar	
1	Medya Takip Sistemi
2	Adobe Programları (Photoshop, Illustrator, Indesign, Premiere Pro vb.)
3	iCloud (Bulut) Depolama Sistemi
4	Elektronik Belge Yönetim Sistemi (EBYS)

2.4. GZFT (Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler) Analizi

Tablo 4: Güçlü Yönler

Güçlü Yönler	
1	Genç, dinamik ve motivasyonu yüksek bir ekibin varlığı
2	Üniversitenin kurumsal kimliğini, ulusal ve uluslararası alanlarda en etkin şekilde tanıtacak, kurumsal itibarını geliştirecek çalışmalarda bulunuluyor olması
3	Koordinatörlüğümüz iç ve dış paydaşların yönetim süreçlerine etkin katılıyor olması
4	Teknolojik ve stratejik çalışma anlamında yeniliğe açıklık
5	Çözüm odaklı çalışma anlayışı
6	Bartın Üniversitesi markasını güçlendirmek hedefiyle Üniversitenin bütünlüklü bir iletişim stratejisi oluşturularak bu stratejilere uygun eylem programlarının uygulama sürecinin başarıyla yönetilmesi
7	Koordinatörlük personelinin mezuniyet durumlarının ilgili bölümlerden olması

Tablo 5: Zayıf Yönler

Zayıf Yönler	
1	Kalite süreçlerinde Kontrol Et - Önlem Al aşamalarının henüz yeterli düzeyde uygulanmıyor olması
2	Bilgi teknolojileri ile iletişim altyapı kapasitesinin yeterli düzeyde olmaması

Tablo 6: Fırsatlar

Fırsatlar	
1	Üniversite Bilgi Yönetim Sistemi (UBYS)
2	Medya Takip Sisteminin varlığı
3	Ekipmanların çeşitliliği

Tablo 7: Tehditler

Tehditler	
1	Ekipmanlarda yaşanabilecek aksaklıklar
2	Siber Güvenlik Riskleri
3	Personel tayin yönergesine göre çalışanların birimden ayrılma durumu

3. Geleceğe Bakış

3.1 Misyon

Bartın Üniversitesinin tüm birimleri ile çalışma alanlarını kapsayan, tüm paydaşlarının dâhil olduğu bütünlüklü bir iletişim stratejisi oluşturmak ve bu yönde iletişim etkin yönetimi ile gerekli çalışma ve düzenlemelerin yapılmasına öncülük etmek. Üniversitenin kamuoyunda doğru ifade edilmesine, ortaya çıkan akademik ve bilimsel çalışmaların görünür olmasına, toplumla bütünleşmesine ve marka değerinin güçlendirilmesine yönelik çalışmalar yapmak. İç paydaşlar arasında motivasyonun sağlanmasında değer odaklı ilişkiler kurmak; kaliteli ve etkili içerik üretimi ya da yönetimi ile farkındalık oluşturmak.

3.2.Vizyon

Bartın Üniversitesinin tüm paydaşları arasında sürdürülebilir bir bilgi akışı ile çok yönlü ilişkiler geliştirmek; iletişimin tüm araç ve yöntemleriyle kurumun her alanda etkin ve etkili temsilini sağlamak ve bu doğrultuda nitelikli stratejilerle Bartın Üniversitesi markasını güçlendirmektir.

3.3. Temel Değerler

İletişim Koordinatörlüğü; Bartın Üniversitesinin temel değerleri olan;

- İnsana ve doğaya saygıyı,
- Hakkaniyeti,
- Hoşgörüyü,
- Etik değerlere bağlılığı,

- Katılımcılığı,
- Şeffaflığı,
- Hesap verebilirliği,
- Akademik düşünceyi ve özgürlüğü,
- Sosyal sorumluluğu,
- Girişimciliği ilke edinmiştir.

4. Strateji Geliştirme, Amaç, Hedef ve Stratejilerin Belirlenmesi

4.1 Amaçlar

Amaç 1:

Üniversitenin kurumsal kimliğine ve itibarına değer katacak iletişim, tanıtım ve yönetim stratejilerinin oluşturulması.

Amaç 2:

Üniversitenin kurumsal kimliğini ulusal ve uluslararası alanda en etkin şekilde tanıtacak faaliyetleri artırmak.

4. 2. Hedefler

Hedef 1.1:

Üniversitemiz bünyesindeki kurumsal hesapların kurum standardına uygun şekilde kullanımı artırılabacaktır.

Hedef 1.2:

Üniversite görsel kimlik kılavuzunun kullanımı tüm birimlerde yaygınlaştırılacaktır.

Hedef 2.1:

Üniversitenin akademik, bilimsel ve toplumsal başarılarının görünürlüğünü artırmak.

Tablo 8: Hedef Kartı 1

Amaç (A1)	Üniversitenin kurumsal kimliğine ve itibarına değer katacak iletişim, tanıtım ve yönetim stratejilerinin oluşturulması				
Hedef (H1.1)	Üniversitemiz bünyesindeki kurumsal hesapların kurum standardına uygun şekilde kullanımı artırılabacaktır.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri (2025)	2026	2027	2028
*PG.1.1.1 İletişim tanıtım ve yönetim stratejilerinin artırılması ve kurumsal kimlik kullanımına yönelik düzenlenen eğitim/faaliyet sayısı	%40	-	2	2	3
*PG.1.1.2 Kurumsal hesaplarda görsel kimlik ve kurumsal tanıtım unsurlarının etkin ve doğru kullanımı için yapılan bilgilendirici faaliyet sayısı	%60	-	2	2	3

Tablo 9: Hedef Kartı 2

Amaç (A1)	Üniversitenin kurumsal kimliğine ve itibarına değer katacak iletişim, tanıtım ve yönetim stratejilerinin oluşturulması				
Hedef (H1.2)	Üniversite görsel kimlik kılavuzunun kullanımı tüm birimlerde yaygınlaştırılacaktır.				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri (2025)	2026	2027	2028
*PG.1.2.1 İletişim tanıtım ve yönetim stratejilerinin artırılması ve kurumsal kimlik kullanımına yönelik düzenlenen eğitim/faaliyet sayısı	%40	-	2	2	3
*PG.1.2.2 Kurumsal hesaplarda görsel kimlik ve kurumsal tanıtım unsurlarının etkin ve doğru kullanımı için yapılan bilgilendirici faaliyet sayısı	%60	-	2	2	3

Tablo 10: Hedef Kartı 3

Amaç (A2)	Üniversitenin kurumsal kimliğini ulusal ve uluslararası alanda en etkin şekilde tanıtacak faaliyetleri artırmak				
Hedef (H2.1)	Üniversitenin akademik, bilimsel ve toplumsal başarılarının görünürlüğü artırarak				
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri (2025)	2026	2027	2028
*PG.2.1.1 Yazılı, görsel ve sosyal medyada üniversite ile ilgili yer alan haber sayısı	%55	-	13000	13700	14000
*PG.2.1.2 Üniversitenin web sitesi ve sosyal medya hesaplarında etkileşim oranının artırılması	%45	-	100000	110000	120000