

T.C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
KURUMSAL İLETİŞİM KOORDİNATÖRLÜĞÜ YÖNERGESİ

BİRİNCİ BÖLÜM
Amaç ve Kapsam, Dayanak ve Tanımlar

Amaç

MADDE 1- (1) Bu yönergenin amacı, Harran Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün faaliyet alanları, yönetim organları, çalışma usûl ve esaslarını düzenlemektir.

Kapsam

MADDE 2- (1) Bu Yönerge, Harran Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü'nün faaliyet alanları, yönetim organları, çalışma usûl ve esaslarına ilişkin hükümleri kapsar.

Dayanak

MADDE 3- (1) Bu Yönerge, 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'nun 47. maddesine dayanılarak hazırlanmıştır.

Tanımlar

MADDE 4- (1) Bu yönergede geçen;

- a) **Üniversite:** Harran Üniversitesini,
- b) **Rektör:** Harran Üniversitesi Rektörünü,
- c) **Senato:** Harran Üniversitesi Senatosunu,
- ç) **Koordinatörlük:** Harran Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatörlüğünü,
- d) **Koordinatör:** Harran Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatörünü,
- e) **Koordinatör Yardımcısı:** Harran Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatör Yardımcısını,
- f) **Koordinasyon Kurulu:** Harran Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü Koordinasyon Kurulu'nu,
- g) **İletişim Temsilcisi:** Birim amiri tarafından görevlendirilen iletişim ve birim internet sitesi sorumlusunu ifade eder.
- h) **Birim:** Harran Üniversitesi Fakülte, Enstitü, Yüksekokul, Meslek Yüksekokulu, Koordinatörlük, Merkez Müdürlüğü, Genel Sekreterlik ve Daire Başkanlığını,
- ı) **Birim Amiri:** Üniversitedeki tüm akademik ve idari birim yöneticilerini ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

Koordinatörlüğün Amacı ve Faaliyet Alanları

Koordinatörlüğün Amacı

MADDE 5- (1) Koordinatörlüğün amacı; Üniversite ve birimlerinin kurumsal kimliğini, marka değerini ve itibarını ulusal ve uluslararası alanlarda en etkin şekilde korumak, geliştirmek ve yükseltmek üzere iletişim hedefleri belirlemek ve hedeflere yönelik stratejiler geliştirerek uygun eylem programlarının uygulama sürecini yönetmek, kurumsal iletişimin alanına giren tüm iletişim, tanıtım ve pazarlama iletişimi süreçlerini bütünsel bir algıya hizmet edecek düzeyde koordine edecek çalışmalarda bulunmaktır.

Koordinatörlüğün Faaliyet Alanları

MADDE 6- (1) Koordinatörlük, bu yönergenin 5'inci maddesinde belirtilen amaçları gerçekleştirmek üzere aşağıdaki faaliyetlerde bulunur;

- a) Üniversitenin kurumsal kimliğine, marka değerine ve itibarına değer katacak iletişim, tanıtım ve yönetim stratejilerini oluşturur.
- b) Harran Üniversitesi'nin sosyal paydaşları nezdinde tanınma ve beğeni düzeyini yükseltme, marka değeri sağlama ve artırma hedeflerine katkı sunarak tercih edilirliliğini destekleme doğrultusunda iletişim çalışmaları yürütür.
- c) İletişim temsilcilerinin kendi birimlerinde Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü ile eşgüdümlü çalışmasını sağlar.
- ç) Ortaya konan faaliyetlerde Harran Üniversitesi'nin vizyon-misyon ve temel değerlerinden oluşan hedeflerini ve kurum kültürünü en iyi ve en doğru şekilde yansıtır.
- d) Üniversitenin lisans, yüksek lisans ve doktora programlarının tanıtımıyla ilgili çalışmaları yapar.
- e) Üniversite ve birimlerine en yüksek değeri katacak şekilde iletişim araçları özelinde projeler üretmek, planlamasını yapar.
- f) Koordinatörlüğe bağlı olarak, faaliyetleri fiilen yürütecek tanıtım, ekip ve toplulukların oluşturulmasını sağlar.
- g) Üniversite'nin medyada yer alan haberlerinin takibi ve raporlamasını yapar.
- h) Rektörlük makamının ihtiyaç duyduğu sunuş ve metinleri hazırlar.
- ı) Üniversite'nin algı, itibar ve paydaş memnuniyetine yönelik araştırmalar yapar/yaptırır, elde edilen veriler doğrultusunda iç ve dış paydaşlar nezdinde iyileştirilmesi/güçlendirilmesi gereken alanları tespit edip bu alanlara ilişkin çözüm önerilerini üst yönetime sunar.
- i) Üniversite'nin tanıtımına ve faaliyetlerine yönelik her türlü afiş, broşür, katalog, tanıtım filmi, reklam filmi gibi ortamların kılavuzlarını hazırlar, üretimlerini gerçekleştirir, günceller, sürdürülebilirliğini sağlar.
- j) İletişimde bütünlüğü yakalamak ve farkındalık oluşturmak amacı ile iletişim temsilcileri ile belirli dönemlerde toplantılar düzenler.
- k) Sosyal medya hesaplarının (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube vb.) içerik planlarını oluşturur, yönetimini ve raporlamasını yapar.
- l) Sanatsal ve kültürel alanda bütünlüğü yakalamak ve farkındalık oluşturmak amacıyla kurum içi ve dışı paydaşlarla koordineli çalışır.
- m) Birimler tarafından düzenlenen faaliyetlerin gerçekleştirilmesi sürecinde birimlere faaliyet formatlarının oluşturulmasında, etkinliğin duyurulmasında, salonların ve ihtiyaç duyulan

envanterin kurum içi ya da ihtiyaç halinde kurum dışı paydaş birimlerle sağlanmasında ve benzeri durumlarda danışmanlık yapar, koordinasyon sağlar.

n) Rektörlük makamınca verilen diğer kurumsal iletişimle ilgili görevleri yerine getirir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Koordinatörlüğün Organizasyon Yapısı

Koordinatörlüğün Yapısı

MADDE 7- (1) Koordinatörlük; Koordinatör, Halkla İlişkiler Birimi, Marka Birimi ve Sanat Birimi'nden Sorumlu Koordinatör Yardımcısı, Medya Birimi, Tasarım Birimi ve Tanıtım Birimi'nden Sorumlu Koordinatör Yardımcısı ve Koordinasyon Kurulu'ndan oluşur.

Koordinatör

MADDE 8- (1) Koordinatörlüğün amaç ve faaliyetleri doğrultusunda görev yapmak üzere üniversitenin kadrolu öğretim üyeleri arasından Rektör tarafından üç yıl için görevlendirilir. Görev süresi sona eren Koordinatör yeniden görevlendirilebilir. Koordinatör, Koordinatörlüğün çalışmalarından Rektöre karşı sorumludur.

(2) Koordinatörün görev ve yetkileri şunlardır:

- a) Koordinatörlüğü temsil eder.
- b) Koordinatörlük yönergesinde belirlenen amaçları gerçekleştirecek görevleri yürütür.
- c) Koordinatörlüğün çalışmalarıyla ilgili olarak Rektör'e her ay çalışma raporu sunar.
- ç) Koordinatörlük bünyesindeki birimlerin etkin ve verimli çalışmasını sağlamak üzere gerekli iş planlarını ve düzenlemeleri yapar.
- d) Üniversite'nin ürün-hizmetlerini daha rekabetçi hale getirebilmek için ilgili paydaşlara/hedef kitlelere ulaşmaya çalışır, pazar araştırmaları yaptırır.
- e) Üniversite'nin ürün ve hizmetlerinin doğru hedef kitlelere, doğru zaman ve maliyetle duyurulması ve konumlandırılması için stratejiler geliştirir.
- f) İlgili paydaşlara ulaşabilmek için en etkin mecraları belirler ve mecrada etkin bir şekilde yer alınmasını sağlar.
- g) Üniversite bilinirliğini ve değerini yükseltmek için yapılması gereken marka iletişim faaliyetlerini planlar, yürütülmesini sağlar.
- h) Kurumsal iletişimin çarpıcı bir şekilde olmasına yönelik reklam/pazarlama stratejileri geliştirilmesi konusunda gerekli koşullarda ajansları çalıştırır.
- ı) Üniversite logosunun bulunduğu/bulunacağı tüm süreçlerde Koordinatörlüğün yer almasını sağlar, iletişim bağlamında görüş beyan eder, yetkileri çerçevesinde gerekirse müdahale eder, süreci durdurur.
- i) Üniversite'nin yıllık kurumsal iletişim stratejilerini oluşturur ve periyodik planlamalar çerçevesinde yönetir.
- j) Son gelişmeler ve önemli konularla ilgili basın bültenlerini hazırlatır, medyada maksimum yansıma almasını sağlar.
- k) Kendi sorumluluğundaki ekip ve ekipmanları yönetir, kontrol ve denetimlerini yapar, ihtiyaç halinde görev ve sorumluluk alanlarını yeniden tanımlar.

Koordinatör Yardımcıları

MADDE 9- (1) Koordinatörlük bünyesinde; Halkla İlişkiler Birimi, Marka Birimi ve Sanat Birimi'nden Sorumlu Koordinatör Yardımcısı ve Medya Birimi, Tasarım Birimi ve Tanıtım Birimi'nden Sorumlu Koordinatör Yardımcısı olmak üzere iki koordinatör yardımcısı görev yapar. Koordinatör Yardımcıları, üniversite kadrolu öğretim elemanları ya da kadrolu personelleri arasından Koordinatörün teklifi ile Rektör tarafından görevlendirilir. Koordinatörün görevi sona erdiğinde Koordinatör Yardımcılarının da görev süresi sona erer.

(2) Koordinatör Yardımcılarının görevleri şunlardır:

- a) Koordinatör olmadığı zamanlarda kendisine vekâlet eder.
- b) Koordinatörlük yönergesinde belirlenen amaçları gerçekleştirmek üzere çalışmalarda bulunur.
- c) Sorumlu olduğu Koordinatörlük biriminin çalışmalarını takip ederek gerekli iş planlamaları ve görevlendirmeler yapar.

Koordinasyon Kurulu

MADDE 10- (1) Koordinasyon Kurulu; Koordinatör ve Üniversite birimlerince görevlendirilen İletişim Temsilcilerinden oluşur. Koordinasyon Kurulu düzenli olarak 6 (altı) ayda bir toplanır. Koordinatör, gerek duyduğunda Kurul'u toplantıya çağırabilir.

(2) Kurulun görev ve yetkileri şunlardır:

- a) Üniversitenin iletişim modelini oluşturmak ve sürekli iyileştirir.
- b) İletişimin stratejik bakış açısıyla yönetilmesini sağlar.
- c) Üniversite'nin akademik ve idari birimleri arasında içerik akışı sağlamak, eşgüdüm oluşturmak iletişim ve tanıtım alanıyla ilgili farkındalık oluşturup strateji üretmek temel görevleridir.
- ç) Üniversitenin akademik ve idarî birimleri arasındaki haber akışını sağlamak, eşgüdüm oluşturur.

İletişim Temsilcileri

MADDE 11- (1) İletişim Temsilcileri; üniversitedeki tüm akademik ve idari birimler tarafından görevlendirilecek birer temsilciden oluşur. İletişim temsilcisi olarak; birimlerde iletişim becerileriyle öne çıkan personel arasından gönüllü olarak göreve talip olan personel olduğu takdirde, personelin yazılı müracaatı, Koordinatörün ve birim amirinin onayı ile, yoksa birim yöneticisi tarafından uygun görülen personel görevlendirilir.

(2) İletişim Temsilcilerinin görev ve yetkileri şunlardır:

- a) Birimindeki personel ve öğrenciler arasından belirlediği temsilcilerle çalışma ekibini oluşturur.
- b) Birimindeki personel ve öğrenciler arasında bilgi akışını sağlar.
- c) Koordinatörlükçe oluşturulan formlar aracılığı ile Üniversite birim taleplerini Koordinatörlüğe iletir.
- ç) Biriminden gelen haber, eleştiri ve önerileri Koordinatörlüğe iletir.
- d) Birimlerdeki faaliyetlerini Koordinatörlüğe iletilmesi hususunda hassasiyet ve önem göstererek uyum içinde çalışır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Koordinatörlüğün Birimleri

Halkla İlişkiler Birimi

MADDE 12- (1) Koordinatörlüğün amaç ve faaliyetleri doğrultusunda görev yapmak üzere Kurumsal İletişim Koordinatörü tarafından, ilgili alan sorumlulukları ve uzmanlıkları gözetilerek, görevlendirilir. Birim, Halkla İlişkiler Sorumlusu ve tahsis edilen yarı zamanlı çalışanlardan oluşur.

(2) Halkla İlişkiler Birimi personelinin sorumlu bulunduğu genel görevler şunlardır:

- a) Kurum içi ve kurum dışı paydaş ilişkilerinin geliştirilmesi ve memnuniyetinin sağlanması amacı ile araştırmalar yapar/yaptırır ve belirli dönemlerde gelişimi izleyerek Koordinatör'e raporlar.
- b) Yükseköğrenim alanında yapılan tüm üniversite sıralamalarını takip eder ve oluşturduğu raporu her periyotta güncelleyerek Koordinatör ile paylaşır.
- c) Üniversite'nin ürün ve hizmetlerine ilişkin belirlenen sorunlu alanların çözümüne ilişkin öneriler geliştirir, projeler üretir.
- ç) Reaktif ve Proaktif yaklaşımlarla Üniversite içinde tüm konuları ve içerikleri Koordinatör'le birlikte çalışarak gerçekleştirir.
- d) Üniversite adına olası kriz durumlarına ilişkin öncesi ve sonrası kriz unsurlarının fark edilmesini ve alınması gereken önlemler için yol gösterici olur. Bu gerekçe ile üniversite adına "Kriz İletişimi Kılavuzu"nu hazırlar.
- e) Üniversite'nin kamuoyu ve tanımlanmış hedef kitleler üzerindeki tanınırlık düzeyinin ve pozitif algının artmasını sağlayacak kurumsal sosyal sorumluluk projeleri planlar ve yürütür.
- f) Şehirdeki önemli atama ve görevlendirmeleri takip eder, Koordinatörün onayı ile tebrik iletişimlerini (yazı, hediye, ziyaret vb.) planlar.
- g) Koordinatörlüğün diğer birimleri ile uyum içinde çalışır.
- h) Haftalık olarak yürüttüğü işlerle ilgili raporunu oluşturur ve Koordinatör'e sunar.

Marka Birimi

MADDE 13- (1) Koordinatörlüğün amaç ve faaliyetleri doğrultusunda görev yapmak üzere Kurumsal İletişim Koordinatörü tarafından, ilgili alan sorumlulukları ve uzmanlıkları gözetilerek, görevlendirilir. Birim; Marka Sorumlusu ve tahsis edilen yarı zamanlı çalışanlardan oluşur.

(2) Marka Birimi personelinin sorumlu bulunduğu genel görevler şunlardır:

- a) Üniversite'nin marka değerini ileriye taşımak amacıyla ulusal düzeyde görünürlük sağlayacak makro etkinlikler geliştirir.
- b) Üniversite birimlerince yürütülmekte olan markalaşma potansiyeli olan etkinlikleri belirler, ilgili etkinliklerin pazarlama odaklı bir yaklaşımla yönetilmesi için öneriler geliştirir.
- c) İhtiyaca binaen üçüncü taraflarca yapılmış olan tasarımların kurumsal kimlik standartlarına uygunluğunu kontrol eder ve düzenler.
- ç) Üniversite ürün-hizmetlerine ilişkin tanıtım/reklam süreçlerini planlar, Koordinatörlük birimlerince üretimlerin gerçekleştirilmesini sağlar.
- d) Akademik takvime göre belirlenen dönemlere ilişkin konsept tasarım ve sloganlar belirlenmesi amacı ile Koordinatörlük birimleri ile iş birliği içerisinde çalışır.

- e) Belirlenen hedef kitlelerde marka farkındalığı, tanınırlığı, bilinirliği, beğeni oluşturmak için tanıtım kampanyaları planlar, tasarlar.
- f) Koordinatörlüğün diğer birimleri ile uyum içinde çalışır.
- g) Haftalık olarak yürüttüğü işlerle ilgili raporunu oluşturur ve Koordinatör'e sunar.

Sanat Birimi

MADDE 14- (1) Koordinatörlüğün amaç ve faaliyetleri doğrultusunda görev yapmak üzere Kurumsal İletişim Koordinatörü tarafından, ilgili alan sorumlulukları ve uzmanlıkları gözetilerek, görevlendirilir. Birim; Müzik ve Resim Sorumlularında ve tahsis edilen yarı zamanlı çalışanlardan oluşur.

- (2) Sanat Birimi personelinin sorumlu bulunduğu genel görevler şunlardır:
 - a) Üniversitenin yıllık Kültür-Sanat takvimini belirler ve konu ile ilgili yön verir.
 - b) Üniversitenin stratejik planı ve hedefleri doğrultusunda; sanat faaliyetleri ile kurumsal kimliğini, marka değerini ve itibarını korumayı ve yükseltmeyi amaçlar.
 - c) Üniversitenin sanat alanında varlık gösterebilmesi için faaliyet planlaması yapar.
 - ç) Şanlıurfa'da sanat alanındaki paydaşlarla ortak çalışmalar planlar.
 - d) Koordinatörlüğün diğer birimleri ile uyum içinde çalışır.
 - e) Haftalık olarak yürüttüğü işlerle ilgili raporunu oluşturur ve Koordinatör'e sunar.

Medya Birimi

MADDE 15- (1) Koordinatörlüğün amaç ve faaliyetleri doğrultusunda görev yapmak üzere Kurumsal İletişim Koordinatörü tarafından, ilgili alan sorumlulukları ve uzmanlıkları gözetilerek, görevlendirilir. Birim; Yazılı ve Dijital Medya, Sosyal Medya, Fotoğraf ve Video Sorumlularından ve tahsis edilen yarı zamanlı çalışanlardan oluşur.

- (2) Medya Birimi personelinin sorumlu bulunduğu genel görevler şunlardır:
 - a) Üniversite tarafından düzenlenen etkinliklerin fotoğraflarını ve görüntülerini çeker, arşivler.
 - b) Çekilen fotoğraf ve görüntüleri düzenler, kategorize eder, dijital platformlarda kullanılabilecek fotoğraf ve görüntüleri ayarlar.
 - c) Üniversitenin sosyal medya hesaplarında paylaşılması planlanan fotoğraf ve videoların çekimini yapar.
 - ç) Üniversite tarafından gerçekleştirilen tüm etkinlikleri basın bültenine dönüştürür ve servis eder, ulaşım bilgisini teyit eder, gerektiğinde yeniden gönderim yapar.
 - d) Servis edilen basın bültenlerini eş zamanlı olarak üniversite web sitesine girer.
 - e) Medya mensuplarının iletişim bilgilerini oluşturur, güncelliğini sağlar.
 - f) Üniversite'nin düzenlediği basın toplantılarının tüm süreçlerinin planlama ve uygulanmasında aktif olarak görev alır.
 - g) Medya takip ajansından alınan takip hizmetinin işlerliğini sağlar, anahtar kelimelerin güncellenmesini ve kontrolünü yapar.

h) Basında yer alan haberlere ilişkin kupür ve kayıtları Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü bünyesinde arşivler.

ı) Medya unsurları ile iyi ilişkiler geliştirmek maksatlı ziyaret ve görüşmeler planlar ve uygular.

i) Üniversite sosyal medya hesaplarının (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube) içerik planlarını takvimlendirir, haftalık olarak oluşturur ve Koordinatör'ün onayına sunar.

j) Sonraki haftanın rutin içeriklerini, metin ve görsel/video olarak içinde bulunduğu hafta içerisinde yayına hazır hale getirir.

k) Koordinatörlük birimlerinin oluşturduğu içeriklerin paylaşımlarını yapar.

l) Kurum kültürüne, tanımlanmış prosedürler ve politikalara uygun olarak özel gün ve dönemler için hashtag ve motto çalışmaları planlar.

m) Sosyal medya hesaplarına gelen DM ve yanıtları Kordinatör ve diğer birimlerle paylaşır, cevap oluşturur.

n) Rektörlük makamının sosyal medya hesaplarını kontrol eder ve bu hesaplara yönelik içerik önerileri geliştirir.

o) Birimlerden gelen sosyal medya hesabı açma başvurularını yanıtlar, iletişim stratejisine dayalı olarak sosyal medya sayfa ve profilleri oluşturur.

ö) Olası kriz durumlarının sosyal medya takibi ve raporlamasını yapar.

p) Koordinatörlüğün diğer birimleri ile uyum içinde çalışır.

r) Haftalık olarak yürüttüğü işlerle ilgili raporunu oluşturur ve Koordinatör'e sunar.

Tanıtım Birimi

MADDE 16- (1) Koordinatörlüğün amaç ve faaliyetleri doğrultusunda görev yapmak üzere Kurumsal İletişim Koordinatörü tarafından, ilgili alan sorumlulukları ve uzmanlıkları gözetilerek, görevlendirilir. Birim; Organizasyon, Protokol, Metin Yazarı, Sunum Sorumlularından ve tahsis edilen yarı zamanlı çalışanlardan oluşur.

(2) Tanıtım Birimi personelinin sorumlu bulunduğu genel görevler şunlardır:

a) Üniversite tarafından düzenlenen her türlü bilimsel, sosyal, kültürel, sanatsal ve sportif faaliyetlerin birimler arasındaki koordinasyonunu sağlar.

b) Üniversite tarafından düzenlenen protokol katılımlı faaliyetlerin planlanma ve uygulanma aşamalarında ilgililere danışmanlık yapar.

c) Faaliyet sürecinde Üniversite birim ve yöneticileri faaliyet sorumlusuna angaje olur, faaliyet yöneticisi, gerekli tüm bilgilerin kendisinde toplanmasını sağlar, birimler arasındaki bilgi trafiğini yönetir.

ç) Üniversite faaliyetlerinin içerik ve sunum niteliğinin artırılması doğrultusunda öneri ve projeler geliştirir.

d) Üniversite tarafından düzenlenen faaliyetlerin salon düzenine ilişkin uygulayıcıları yönlendirir, gerekli bilgilendirmeleri yapar.

e) Üniversite'nin kurum içi ve kurum dışı protokol rehberlerini oluşturur, güncelliğini takip eder, uygulayıcıların kullanımına sunar.

f) Faaliyet duyurularının etkin bir şekilde yapılması için Koordinatörlük birimleri ve üniversitenin diğer birimleri ile iş birliği içerisinde çalışır.

g) Üniversite'nin tanıtımına ilişkin fuar ve diğer etkinlikleri takip eder, katılım takvimi belirler.

h) Koordinatörlük tasarım birimi ile iş birliği içerisinde ihtiyaç duyulan tanıtıcı materyalleri hazırlar.

ı) Tanıtım faaliyetlerinin tasarım dışındaki diğer ihtiyaçlarını belirler, ilgili Üniversite birimlerinden karşılanması sürecini yönetir.

i) Üniversite tarafından düzenlenen her türlü faaliyet için talep doğrultusunda sunuş metni hazırlar ve sunuculuk hizmeti verir.

j) Basın bülteni, basın açıklaması, röportaj vb. basın ile paylaşılacak tüm metinlerin talep doğrultusunda yazımını gerçekleştirir.

k) Koordinatörlüğün diğer birimleri ile uyum içinde çalışır.

l) Haftalık olarak yürüttüğü işlerle ilgili raporunu oluşturur ve Koordinatör'e sunar.

Tasarım Birimi

MADDE 17- (1) Koordinatörlüğün amaç ve faaliyetleri doğrultusunda görev yapmak üzere Kurumsal İletişim Koordinatörü tarafından, ilgili alan sorumlulukları ve uzmanlıkları gözetilerek, görevlendirilir. Birim; Grafik Tasarım, Prodüksiyon Sorumlularından ve tahsis edilen yarı zamanlı çalışanlardan oluşur.

(2) Tasarım Birimi personelinin sorumlu bulunduğu genel görevler şunlardır:

a) Üniversite tarafından düzenlenen faaliyetlere ilişkin gelen tasarım (afiş, broşür, katalog, vb.) taleplerini karşılar.

b) Her eğitim öğretim yılı için yıl boyunca kullanılacak konsept tasarımlar hazırlar.

c) Üniversite'nin antetli kağıttan tabelaya, kartvizitten yönlendirmeye kadar tüm kurumsal kimlik unsurlarının tasarımlarını yapar, gelen talepleri karşılar.

ç) Üniversitenin "Kurumsal Kimlik Kataloğu"nu hazırlar, günceller ve geliştirir.

d) Grafik, fotoğraf, video tasarımı faaliyetlerini yürütür.

e) Üniversite ve Üniversite birimlerinin tanıtım filmlerini üretir, günceller.

f) Koordinatörlük birimlerinin ürettiği projeler için video/animasyon üretimi gerçekleştirir.

g) Koordinatörlüğün diğer birimleri ile uyum içinde çalışır.

h) Haftalık olarak yürüttüğü işlerle ilgili raporunu oluşturur ve Koordinatör'e sunar.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Hüküm Bulunmayan Haller

Madde 18- (1) Bu Yönergede hüküm bulunmayan hallerde, ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.

Yürürlük

MADDE 19- (1) Bu Yönerge Harran Üniversitesi Senatosu'nda kabul edildiği tarihte yürürlüğe girer.

Yürütme

MADDE 20- (1) Bu Yönerge hükümlerini Rektör yürütür.

